

APLICANDO O HUMAN CENTERED DESIGN ENQUANTO PROPOSTA DE ORIENTAÇÃO: CONSIDERAÇÕES A PARTIR DE UMA EXPERIÊNCIA MULTIDISCIPLINAR

Aliteia Franciane Biglieri¹;

Márcio Soares Lima²;

Ricardo Pereira³;

Francisco Antônio Pereira Fialho⁴;

Abstract: *The article focuses on the use of approaches that guide the Design Thinking application process. One of these examples is the Human Centered Design (HCD) Model, which is configured as a creative problem-solving approach that presents itself together with human desires with viable technological and economic capabilities, and consists of three distinct phases, which are the phases to listen; create and deliver (implement). In this context, the objective of the work was to demarcate possibilities of application of the model's phases by creating a multidisciplinary team guided by the HCD method of DT. At the end of the process, it is considered that there is a need for a balance between theory and practice, as the search for the appropriate model to propose for the formulation of a work team that has different characteristics and methods can be adapted according to the project's needs.*

Keywords: *Design Thinking; Human Centered Design (HCD); Social Innovation; MBTI personality test.*

Resumo: O artigo foca no uso de abordagens que orientam o processo de aplicação do Design Thinking. Um destes exemplos é o Modelo *Human Centered Design* (HCD), que se configura como uma abordagem criativa de resolução de problemas que se apresenta conjuntamente aos desejos humanos com as capacidades tecnológicas e econômicas viáveis, e consiste em três fases distintas, que são as fases de ouvir; criar e entregar (implementar). Nesse contexto, o objetivo do trabalho foi demarcar possibilidades de aplicação das fases do modelo ao criar uma equipe multidisciplinar orientada pelo método HCD, de DT. Considera-se ao final do processo que há a necessidade de equilíbrio entre teoria e prática, pois a busca pelo modelo adequado a se propor para a formulação de uma equipe de trabalho que possui características e métodos diferentes pode ser adaptada conforme as necessidades do projeto.

Palavras-chave: *Design Thinking; Modelo Human Centered Design (HCD); Inovação social; teste de personalidade MBTI.*

¹ Programa de Pós-Graduação em Design – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3082-3791>, e-mail: aliteiabiglieri@gmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Design – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0381-2074>, e-mail: marcio.lima@ifma.edu.br

³ Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4744-4891>, e-mail: rikardop@gmail.com

⁴ Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6826-7180>, e-mail: fapfialho@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O “*Design Thinking*” é uma metodologia para a obtenção de um resultado (projeto) que pode ser “físico” ou “conceitual”, primeiramente usado pelas organizações na busca de novos produtos ou adequação de antigos, às necessidades de mercado, que aos poucos foi sendo utilizado por outros segmentos, de tal forma que é possível vê-lo sendo aplicado inclusive em processos pedagógicos, mais relacionados às concepções em si, do que em seus possíveis artefatos (Brown, 2020).

De acordo com Brown (2020) a aplicação desta metodologia parte inicialmente de três situações, que seriam: a “inspiração” (o problema ou a oportunidade que motiva a busca por soluções); a “ideação” (o processo de gerar, desenvolver e testar ideias) e a “implementação” (o caminho que vai do estúdio de design ao mercado). Ele enfatiza ainda que um projeto pode percorrer esta sequência metodológica, várias vezes, em conformidade com as situações de análise e de proposições a respeito.

Qualquer projeto está obrigatoriamente submetido a variável tempo, principalmente porque o “*design thinking*” é uma metodologia que é um processo exploratório, o que pode gerar em seu transcurso, novas possibilidades que podem ser ou não exploradas. Assim, esses podem ser de curto, de médio e de longo prazo. Conforme a dimensão do mesmo, a equipe que o elabora pode variar tanto em seus aspectos qualitativos (características individuais), quanto nos quantitativos (tamanho da equipe). E essas variáveis “tempo” e “equipe”, certamente irão influenciar nos custos de um projeto.

Na construção deste processo multidisciplinar de uma equipe, a preocupação maior é evitar uma visão tecnocêntrica da inovação ou então, de acordo com Brown (2020), não pautar uma gestão baseada apenas na seleção de uma entre inúmeras estratégias disponíveis. Neste caso, a necessidade de criar e entregar propostas/projetos com experiências significativas ao cliente faz com que organizações (ou qualquer agente envolvido com processos de *Design Thinking*) tenha que incluir uma diversidade de conjuntos de habilidades, a exemplo dos suportes tecnológicos enquanto possibilidades de uso (Lockwood & Papke, 2017). O acesso e utilização de tecnologias de suporte pode contribuir muito na condução de processos de DT com equipes multidisciplinares, especialmente pela diversidade entre os participantes.

De acordo com Lockwood & Papke (2017), tal amplitude de opções é atualmente embasada pela aceleração das mudanças tecnológicas que avançam na capacidade de oportunizar comunicação e criação aplicadas a um processo de aplicação de DT também acelerado.

O uso de abordagens que orientem o processo de aplicação do DT também estão cada vez mais presentes, especialmente aqueles que colocam as necessidades das pessoas em evidência. Um destes exemplos é o Modelo *Human Centered Design* (HCD) desenvolvido pela IDEO (Ideo, 2009). O HCD se configura como uma abordagem criativa de resolução de problemas que se apresenta conjuntamente aos desejos humanos com as capacidades tecnológicas e econômicas viáveis (Ideo, 2015). O processo de resolução de problemas pelo HCD consiste em três fases distintas, a seguir: a) a fase ouvir; b) a fase criar e; c) a fase entregar (implementar). (Ideo, 2015). Diante desta organização inicial, busca-se criar empatia para solucionar os anseios necessários, desenhando estratégias a partir da inspiração das pessoas.

Considerando esta potencialidade do modelo HCD, bem como a concepção de desejo, praticabilidade e viabilidade que o HCD preconiza, este artigo teórico busca demarcar possibilidades de aplicação das fases do modelo ao criar uma equipe multidisciplinar orientada pelo método HCD de *Design Thinking*. Neste caso, Chen *et. al.* (2018) trazem as orientações das fases se situa a um desafio estratégico de uma disciplina de Pós-Graduação, cuja finalidade se subscreve em produzir um material para fins avaliativos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No dia a dia, é muito comum que as equipes utilizem o jargão técnico sem perceber. Devido a este motivo existe a possibilidade que sejam criados ruídos na comunicação entre os membros de uma equipe multidisciplinar. Portanto, é preciso encontrar uma forma de facilitar o diálogo, com o entendimento sobre o perfil dos integrantes, um processo sistêmico de técnicas, que seja compreendido e adotado por todos os integrantes e um suporte tecnológico de comunicação adequado, e desta forma facilitará a interação e cooperação entre todos os integrantes.

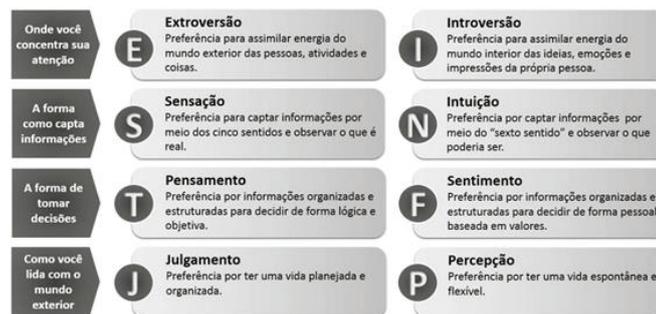
2.1. O MBTI COMO IDENTIFICADOR DE PERSONALIDADE

O MBTI ou Tipologia de Myers-Briggs, é um instrumento muito utilizado para identificar o tipo psicológico das pessoas. Deste modo, para que a análise ocorra, o teste MBTI é, geralmente, aplicado por meio de um questionário estruturado com alternativas opostas, que refletem as preferências já estudadas no método. Então, ao final, a ferramenta avalia o resultado onde é possível encontrar 16 tipos diferentes de personalidades

fundamentadas em 4 pilares: Analistas, Diplomatas, Sentinelas e Exploradores (Paulino *et al.*, 2019).

O MBTI é amplamente utilizado nos setores de recursos humanos, de gerenciamento e administração na construção de equipes, com os propósitos de autoconhecimento e autodesenvolvimento, desenvolvimento organizacional, treinamento gerencial e desenvolvimento curricular acadêmico e profissional.” (Paulino *et al.*, 2019). Trata-se de um questionário de autoavaliação criado por Katharine Cook Briggs (1875–1968) e sua filha Isabel Briggs Myers (1897–1980), com base na Teoria dos Tipos Psicológicos. Tal teoria foi desenvolvida por Jung para explicar as diferenças comportamentais entre os indivíduos, que, segundo ele, resultam de preferências inatas que orientam as ações individuais e produzem comportamentos característicos que podem ser agrupados em padrões de personalidades.

Figura 1 - Discriminação das preferências dicotômicas



Fonte: (Paulino *et al.*, 2019)

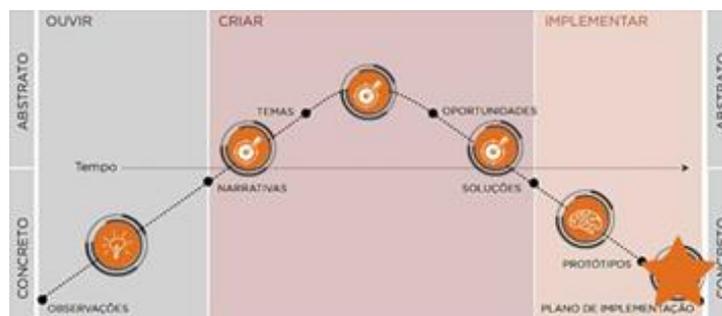
2.2. O DESIGN CENTRADO NO HUMANO COMO PROCESSO DE INOVAÇÃO

O Human Centered Design, é um guia prático desenvolvido pela consultoria de design norte-americano, IDEO (Ideo, 2009), esta empresa foi fundada pelos mesmo criadores do método *Design Thinking*. O guia conta com um conjunto de ferramentas e técnicas, que são apresentadas e aplicadas ao longo das três fases - ouvir, criar e desenvolver, que se relacionam de forma dinâmico e coerente:

- Na fase Ouvir as pessoas são abordadas em seus próprios contextos sociais para entender em profundidade os seus problemas. Nesta fase a pesquisa qualitativa é imersiva e tem muita força, pois através da empatia identifica as necessidades individuais e de grupo. Esta parte do método possibilita a coleta de dados através da aplicação estruturada de técnicas de pesquisa individual, grupos focais, pesquisa com especialista e auto-documentação. Os principais resultados são: histórias das pessoas, observações sobre a realidade das pessoas e entendimento profundo das necessidades, barreiras e restrições. Entende-se esta fase como uma fase concreta, pois são informações brutas coletadas sem nenhum tipo de filtro;

- Para tornar as informações coletadas na fase de Ouvir em soluções para o mundo real, é necessário de um processo intermediário de análise e interpretação. Nesta fase é preciso filtrar e selecionar as informações e traduzi-las em insights do momento atual para oportunidades de futuro. Este é o momento mais abstrato do processo (figura 2), onde as necessidades concretas das pessoas são transformadas em insights mais genéricos no formato de oportunidades. A partir destas oportunidades são geradas soluções e rapidamente convertidas em protótipos. Nesta etapa o objetivo principal é: entender os dados, identificar padrões, definir oportunidades e criar soluções. Utilizando os lados esquerdo do cérebro (lógico) e direito (criativo), esta fase modela a pesquisa em pontos estratégicos e soluções tangíveis.
- Uma vez que a equipe multidisciplinar tenha criado algumas soluções é na fase Implementar que tudo se torna viável. Nesta fase identifica-se as capacidades necessárias, o desenvolvimento de um modelo financeiro sustentável, criar um produto piloto e monitorar o seu impacto.

Figura 2 - Fases do HCD no desenvolvimento de projetos de inovação



Fonte: (Ideo, 2009)

Importante salientar que o método visa organizar passos e técnicas, com o objetivo de coleta de dados e informações e busca analisar estes dados e informações para transformá-los em conhecimento, sempre com uma abordagem sistêmica e empática, assim facilitando a interação entre a equipe de pesquisadores/desenvolvedores e as pessoas pesquisadas.

2.3. O SUPORTE TECNOLÓGICO PARA CRIAÇÃO E GESTÃO DE EQUIPES MULTIDISCIPLINARES

Vivemos em um mundo em que a tecnologia, sobretudo a tecnologia da informação e comunicação, estão transformando a forma como os negócios criam e capturam valor, como e onde trabalhamos e como interagimos e nos comunicamos. Segundo a revista Forbes (2021) dez tendências da tecnologia estão transformando os alicerces das organizações: comunicação mais rápida, colaboração confortável, aumento do moral da equipe, gestão remota, sair do e-mail, descentralização de tarefas e nivelamento, treinamento de vendas usando conversas reais, mais acesso instantâneo, remoção de barreiras geográficas, melhores práticas de coleta de informação. Esses caminhos da tecnologia não estão apenas ajudando as pessoas a fazer as coisas melhor e mais rapidamente, mas também possibilitando mudanças profundas na forma como o trabalho é feito nas organizações.

Murray (2015) afirma que, “juntas, essas inovações estão nos empurrando em direção a uma nova revolução industrial. Líderes corporativos experientes sabem que precisam descobrir como essas tecnologias transformarão seus negócios ou enfrentar a interrupção de outros que descobrirão primeiro.” Murray (2015, p.6). Ao se trabalhar com estas finalidades, as tecnologias vêm permitindo, nomeadamente:

- a) Interações rápidas: um exemplo é uso do Whatsapp ao compartilhar documentos, links, contatos e/ou realizar chamadas;
- b) Alinhamento amplo: por exemplo, uso do Google Meet/Zoom/Google Calendar ao realizar videochamadas, compartilhamento de tela e/ou agendamento;
- c) Documentação compartilhada: como o uso do Google Drive/Onedrive/Miro ao gerar documentos, planilhas, apresentações, fluxogramas de elaboração conjunta
- d) Organização e controle de tarefas: como o Trello, uma ferramenta de gestão de atividades.

Todas finalidades são relacionadas a dispositivos específicos de trabalho, como tablets, celulares, câmeras fotográficas e até mesmo drones, que garantem à equipe flexibilidade para trabalhar sem barreiras geográficas.

2.4. TREINAMENTO DE EQUIPE: A IMPORTÂNCIA DA EFICIÊNCIA

Não importa o tamanho do projeto ou da equipe, é de suma importância que todos os integrantes tenham domínio do processo e ferramentas utilizadas. Assim, garante-se uma melhor relação e empatia entre os integrantes, uma equipe mais produtiva, eficiente e acima de tudo determinará o sucesso do projeto. O aprendizado e treinamento de um processo não é algo positivo apenas a curto prazo, ele também poderá ajudar na busca de soluções em situações que possam ocorrer no futuro.

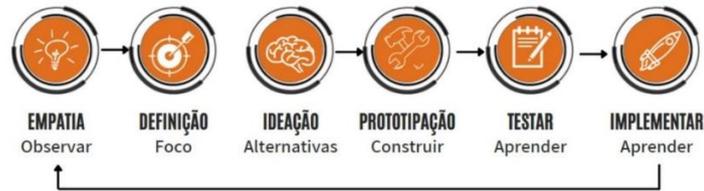
Araújo (2006) constata que o ato de treinar é a educação profissional, que tem como objetivo adaptar a pessoa a um determinado trabalho, desenvolvendo-o para a função de um cargo, podendo ser aplicado a qualquer nível ou setor empresarial.

3. RESULTADOS: estruturando e aplicando o modelo HCD na prática

Conforme destacado, o modelo HCD tem por base a solução dos problemas a partir da potencialidades encontradas nas pessoas cuja as necessidades se evidenciam (Ideo, 2015). Como uma espécie de kit de ferramentas que atende as necessidades, o HCD pode orientar estratégias de implementação a partir de suas três fases, o ouvir, o criar e o entregar (implementar) (Ideo, 2015). Ao se ter claro o desafio estratégico, o HCD continua pelas três fases, alternando-se de um pensamento (ou postura) concreto ao abstrato, identificando as

oportunidades e criando então algumas soluções (voltando ao concreto) (Ideo, 2015). A seguir destacam-se alguns aspectos/estratégias consideradas importantes em cada fase considerando o desafio estratégico (figura 3).

Figura 3 - Fases do HCD no desenvolvimento de projetos de inovação



Fonte: (Autores, 2021)

3.1. FASE 1: OUVIR

Na fase de ouvir do modelo HCD o principal objetivo é estar atento às vozes que revelam os anseios que precisam ser atendidos pela nova proposta a ser desenvolvida. Considerando este panorama, o desafio estratégico que permeia este estudo considerou a criação de uma apresentação para um seminário da disciplina Design Thinking considerando a perspectiva distinta dos membros do grupo. Para este desafio, a fase ouvir se subscrive em objetivos que geram determinados resultados.

Os objetivos versaram, segundo a Ideo (2015), para a necessidade de, a saber: a) determinar quem deve ser abordado; b) ganhar empatia; e c) coletar histórias. Para os objetivos, o método de mergulho profundo de uma semana é mais indicado quando não há muito tempo para o diagnóstico inicial, caso do cenário enunciado nesta proposta (IDEO, 2015). Já em relação aos resultados, se considera, nomeadamente: a) histórias das pessoas; b) observações sobre a realidade dos membros; e c) entendimento profundo das necessidades, barreiras e restrições.

3.1.1. Determinando quem deve ser abordado

No primeiro foco dos objetivos da fase ouvir, os integrantes a serem abordados foram os próprios alunos da disciplina que compõem o grupo para o seminário. Estes são os mais oportunos pois além dos mesmos serem os criadores do seminário, eles também estão envolvidos com a disciplina e assim, encontram-se imbuídos de conhecimento relacionado ao Design Thinking, especialmente se considerarmos aqueles que não possuem proximidade com esta área e /ou literatura.

3.1.2. Ganhando empatia

A empatia neste caso é construída na diversidade dos membros que fazem parte do grupo. Com a provocação de se estar aberto a ouvir (falamos e ouvimos sobre o mesmo a partir de lentes diferentes) foram criados espaços específicos para que cada integrante, com suas experiências, avalie constantemente aquilo que se discute sobre o desafio estratégico. O desenvolvimento da empatia se encaminha, portanto, em compreender as contribuições de todos os integrantes para que haja alinhamento de expectativas em relação ao desafio.

Cada vez mais a formação de equipes multidisciplinares tem sido solicitada, o que abre para discussão, as diferenças de personalidade e comportamento de seus integrantes. A procura por estudos acerca das personalidades torna-se cada vez mais comum apesar da complexidade. As novas demandas exigem que as pessoas adaptem seus processos de trabalho para a construção de uma equipe multidisciplinar que assegure integralidade, qualidade e efetividade do cuidado aos usuários.

Para Paulino *et al.* (2019), a equipe deve ser capaz de assumir liderança nas relações interpessoais, com comprometimento, responsabilidade, empatia, habilidade para tomada de decisões, comunicação e desempenho de ações efetivas, mediada pela interação, participação e diálogo, objetivando o bem-estar da comunidade. Existem, portanto, diferentes testes de análise da personalidade e do comportamento disponíveis e um deles é o *Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)*.

Utilizamos o MBTI nos integrantes deste grupo e coletamos cada tipo de personalidade o que nos deu parâmetros sobre as características de cada pessoa e sobre seu comportamento. Os dados foram os seguintes:

Figura 4 - Resultado da Análise MBTI no grupo

| INTEGRANTES DO GRUPO | ALITEIA ENFP A Defensora das Causas | ANTONIO CARLOS INTP O Arquiteto | FABRÍCIO INFJ O Conselheiro | Márcio ISTP O Habilidoso | RODRIGO ENTP O Inventor |
|---|--|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Sua fonte de energia | E – EXTRAVERSÃO | I – INTROVERSÃO | I – INTROVERSÃO | I – INTROVERSÃO | E – EXTRAVERSÃO |
| Seu modo de perceber o mundo | N – INTUIÇÃO | N – INTUIÇÃO | N – INTUIÇÃO | S – SENSACÃO | N – INTUIÇÃO |
| Sua maneira de avaliar, julgar, Organizar e decidir | F – SENTIMENTO | T – PENSAMENTO | F – SENTIMENTO | T – PENSAMENTO | T – PENSAMENTO |
| Seu estilo de vida | P – PERCEPÇÃO | P – PERCEPÇÃO | J – JULGAMENTO | P – PERCEPÇÃO | P – PERCEPÇÃO |

Fonte: (autores, 2021)

As personalidades ENFP são conhecidas como Ativista e Defensora de causas. São verdadeiros espíritos livres e geralmente são os que alegrem o ambiente. Fazem parte dos 7% da população e são independentes, encantadores, enérgicos e compassivos. Eles são moldados por sua natureza visionária, permitindo que eles leiam entre as linhas com curiosidade e

energia. Os Ativistas são emocionais e sensíveis, e quando alguém pisa no seu pé, os dois sentem.

O tipo de personalidade INTP é conhecido por ser uma personalidade lógica é bastante rara, constituindo apenas 3% da população. Os Lógicos são conhecidos também como Arquitetos e se orgulham de sua inventividade e criatividade, sua perspectiva única e intelecto vigoroso. Adoram padrões e se detectarem discrepâncias entre as declarações tendem a compartilhar pensamentos que não estão totalmente desenvolvidos, utilizando outros como uma caixa de ressonância para suas ideias e teorias em um debate contra si, ao invés de conversar com os parceiros.

Já o tipo de personalidade INFJ é conhecido como O conselheiro ou o Advogado e é muito rara, representando menos de um por cento da população. São pessoas capazes de tomar medidas concretas para realizar seus objetivos e fazer um impacto positivo e duradouro. Agem com criatividade, imaginação, convicção e sensibilidade para não criar vantagem, mas para criar um equilíbrio.

O tipo ISTP é conhecido como o Habilidadeoso ou o Virtuoso e são pessoas que exploram ideias através da criação, solucionando problemas, ensaios e erros, e gostam de ajudar e dividir sua experiência, especialmente com aqueles com os quais se importam, é uma pena que são tão raros, constituindo apenas cerca de cinco por cento da população. As suas decisões resultam de um senso de realismo prático, possui um forte senso de justiça.

O tipo ENTP é conhecido como o Inventor ou o Inovador e próspera no processo de retalhamento de argumentos e crenças para que todos possam ver. Os Inovadores estão sempre tentando alcançar algum propósito mais profundo ou objetivo estratégico, mas fazem porque simplesmente é divertido. Eles só representam cerca de três por cento da população. São capazes de criar ideias originais e em seguida dar um passo para trás a fim de deixar as personalidades mais numerosas e meticulosas lidar com a logística de implementação e manutenção.

3.1.3 Coletando histórias

Nesta etapa, as histórias sobre os integrantes foram coletadas a partir de uma ótica de “mergulho profundo de uma semana”, um direcionamento específico do modelo HCD onde é possível canalizar forças considerando um intervalo curto e finito de tempo. A opção por este tipo de cenário é necessária em virtude do tempo disponível na disciplina para a confecção e entrega do seminário, o que impede a dedicação de maior tempo para compreender esse novo desafio repentino (IDEO, 2015). Contudo, é possível que

constantemente os integrantes do grupo criem espaços de estimulação do que é falado e debatido a todo o momento. A coleta das histórias foi totalmente on-line por meio de videoconferência logo após o término da disciplina (todas as segundas-feiras). A auto documentação é neste caso o melhor método pois permite que os próprios membros do grupo documentem e reflitam sobre a condução do processo.

3.1.4 Histórias das pessoas

Ao ouvir as pessoas participantes do grupo na disciplina, foi possível perceber e captar as diversidades dos membros. Todos os cinco membros exerciam no momento da disciplina uma ligação com o cenário acadêmico, enquanto alunos regulares ou especiais (características de disciplina isolada). Além disso, alguns dos membros tinham esse vínculo acadêmico ampliado a partir de seus próprios cursos de pós-graduação em andamento (mestrado e doutorado). Entretanto, ao menos um dos participantes já tinha atuação profissional na área do DT.

O alinhamento das realidades de todos os participantes foi importante para reconhecer que todos, em suas próprias particularidades, tinham interesse em contribuir. Os primeiros encontros online destacaram essa possibilidade e assim, houve sempre a reflexão constante sobre a aplicabilidade do DT nas realidades específicas de cada participante. Neste sentido, o olhar biográfico em cada participante reverbera a opção pela abordagem empática adotada, assim como um olhar sob a ótica co-participativa (Ideo, 2015). Desta concepção biográfica também surge o entendimento de que aprendemos a todo momento com a interação entre os participantes, sem deixar de considerar o que já carregamos em nosso interior (biográfico) e isso demonstra como cada participante se torna quem é (Jarvis, 2006).

3.1.5 Observações sobre a realidade dos membros da comunidade

Conhecidas as histórias dos membros, nesta etapa é preciso considerar alguns apontamentos iniciais, que neste momento demonstraram algumas intenções de se trabalhar com temáticas voltadas à inovação social e sustentabilidade. O conhecimento e abrangência sobre o entendimento do tema acabam sendo estimulados à medida que os encontros acontecem e se discutem as primeiras possibilidades sobre este determinado aprofundamento teórico. Tal aprofundamento também é estimulado quando se situam algumas perspectivas do trabalho multidisciplinar e interdisciplinar que a própria disciplina de DT proporcionou aos participantes.

Neste momento, a pluralidade deve ser considerada como fundamental para a composição das atividades, dada às habilidades e experiências individuais. Nesta fase ainda, o desenvolvimento da empatia é um marco importante para as pessoas participantes do grupo em desenvolvimento, pois acaba oportunizando momentos de questionamento e suposições para inspirar novas soluções. Este é também um momento considerado generativo, uma vez que estimula a imaginação sobre novas oportunidades e ideias (Ideo, 2015).

3.1.6 Entendimento profundo das necessidades, barreiras e restrições

As necessidades estão pautadas na tomada de decisão conjunta a partir de decisões tomadas singularmente. As barreiras estão direcionadas em alinhar pensamentos de áreas diferentes, características diferentes, arquétipos diferentes em um caminho unificado de ideias e propostas que são carregados pelos participantes. As restrições são voltadas especialmente ao tempo para o desenvolvimento do projeto, que é curto, e impede que seja possível ter um maior aprofundamento para a proposta.

3.2. FASE 2: CRIAR

Na fase seguinte, sobre criar, é necessário síntese e interpretação de todas as ações e dados obtidos na primeira fase. É fundamental exercer um filtro para selecionar aquilo que de fato contribui com a criação da solução necessária (Ideo, 2015). Nesta etapa, a tradução dos insights da primeira fase em criação está atrelada ao momento mais abstrato do processo, especialmente pela relevância em avançar em propostas. Conforme a organização prévia da Ideo (2015) para o HCD, considerando esta trajetória na fase dois, o brainstorm irá permear alguns objetivos já delimitados pelo modelo, a saber: a) entender os dados; b) identificar padrões; c) definir oportunidades; e d) criar soluções. Destes objetivos, surgirão notavelmente algumas saídas, como por exemplo: a) oportunidades; b) soluções; e c) protótipos.

3.2.1. Entendendo os dados

Os dados obtidos para a fase um, são provenientes da auto documentação de nossas reuniões, após o término da disciplina, e também, sobre nós mesmos, especialmente no início dos trabalhos direcionados a resolver o desafio estratégico. A auto documentação consistiu em notas escritas, algumas reuniões gravadas em vídeo, bem como algumas notas escritas para facilitar a resolução dos dados. O direcionamento a partir dos dados nos indicou cinco momentos específicos, a saber: a) compreender as motivações dos membros do grupo por estar neste e não em outro grupo da disciplina; b) identificar aspectos biográficos de cada

participante do grupo que desempenham relevância no processo iniciado coletivamente; c) compreender direcionamentos iniciais sobre possíveis maneiras de atender a demanda do seminário na disciplina; d) criar propostas primárias para solução do desafio estratégico; e e) analisar o desenvolvimento das propostas primárias em nível de pivotagem e redirecionamento.

3.2.2. Identificando os padrões

Com o primeiro entendimento sobre os dados, é possível estabelecer alguns padrões que reforçam o olhar para aqueles pontos que são, em tese, os que mais representam as necessidades e onde se deve focar as soluções. Para este desafio estratégico aqui situado, os padrões corresponderam aos seguintes aspectos:

- 1) de forma coletiva o grupo situou os interesses para o desafio relacionado a duas palavras, “inovação” e “sustentabilidade”, por meio de uma atividade de brainstorming;
- 2) a diversidade existente entre os participantes, algo que é presente possivelmente em todos os grupos desta disciplina;
- 3) mudança para um olhar mais prático do processo, discutindo que poderia ser detalhado o processo de um produto (case processual de um produto);
- 4) olhar acadêmico e prático de maneira conjunta;
- 5) descrição de um processo/metodologia (independente de qual fosse o tópico específico);
- 6) considerações maiores ao elemento humano no processo, orientando uma nova proposta de alinhamento processual da própria aplicação de uma abordagem de DT para atender ao desafio estratégico; e
- 7) como nos reunimos após as aulas, a cada aula que assistimos éramos expostos a novos conhecimentos e temáticas sobre a grande área do DT e isso impactava muito nas nossas tomadas de decisão (dúvidas, questionamentos e incertezas eram constantes).

3.2.3. Definindo oportunidades

Como destaque considerando o desafio estratégico, houve sempre uma oportunidade voltada a desenvolver um trabalho direcionado à inovação e à sustentabilidade. Em vários momentos destacou-se a intenção de criar um trabalho que explicasse/refletisse sobre determinado elemento, aplicando o DT em algum aspecto externo, como por exemplo: a) desenvolver uma análise interpretativa sobre um filme/documentário que retrata elementos conceituais de inovação e sustentabilidade; b) documentar o processo de desenvolvimento de um produto/artefato (chegamos a cogitar um em específico, sendo um desodorante para veículos a partir de essências naturais); e c) documentar/relatar o próprio processo do grupo”, nesse exercício de “co-criação de um tema em design thinking”. Neste sentido, sendo possível escrever a respeito do “processo” de criação de um produto, um artefato, como um desodorante de veículos, ou mesmo, de explicar o processo de desenvolvimento e interação

de estagiários relatado no filme, é amplamente possível relatar as próprias dificuldades do grupo no “processo” de construção do tema do seminário a partir do DT e seus desdobramentos.

3.2.4. Criando soluções

Diante das oportunidades listadas acima, as reflexões do grupo versaram sobre qual delas seria a mais oportuna para atender ao desafio estratégico. A solução foi incorporar/destacar o elemento humano fundamental para o DT no processo de criação do seminário. Neste caso, orientamos um processo de DT interno, dentro da nossa própria condução de tarefa da disciplina. Para auxiliar neste olhar, fizemos uso de orientações pautadas no modelo denominado Human Centered Design (HCD), proposto para situar e caracterizar as pessoas no processo de criação de ideias e soluções para um determinado desafio.

Nos fizemos valer dessa abordagem pois ela nos indica passos/orientações em três etapas fundamentais, que são, o ouvir, o criar e o implementar. Ao utilizar tais conceitos aplicados ao desenvolvimento do trabalho, permeamos sempre pela realidade do concreto e do abstrato, estabelecendo relações em longo prazo conforme realizamos reuniões e discussões em torno do desafio. A auto documentação aparece novamente como aspecto positivo pois integramos elementos como biografia, empatia, emoções, desejos e outros.

3.3. FASE 3: ENTREGAR

3.3.1 Oportunidades

As oportunidades identificadas depois de um processo de brainstorm e síntese contínua revelaram três pontos, a saber:

1. Identificação dos perfis de cada integrante em relação às questões individuais e coletivas
2. Desenvolvimento aplicado do processo estrutural do artigo para a disciplina.
3. Meta-análise/auto documentação do processo aplicando o DT internamente.

3.3.2 Soluções

Com base na identificação da importância das questões de grupo, unindo as oportunidades acima, e considerando elementos pragmáticos das colocações sobre a aplicação do DT na empresa de um dos alunos da pós graduação em design, nossa solução se subscreve num posicionamento de um objetivo inicial para a ampliação em outras oportunidades. A partir disso, consideramos como solução geral a auto documentação de um processo de aplicação de DT no desenvolvimento de um seminário sobre DT.

3.3.3 Protótipos

Auto análise coletiva do processo de aplicação de conceitos do HCD (baseados em DT) para criar um material de seminário em uma disciplina sobre DT.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que a partir das experiências adquiridas para responder aos objetivos deste trabalho, que as temáticas e abordagens de design que abraçam a dimensão social do design, e olham e exploram como interagir com as variedades de pessoas e seres que constituem as nossas realidades e experiências individuais e cotidianas. São práticas de design que se engajam com as práticas sociais, e acontecem nas diferentes dimensões de vida.

Conhecer os tipos de personalidade na formação de um grupo ou equipe, pode contribuir para uma melhor interação, comunicação e empatia. Uma vez que conhecemos as principais características de cada integrante, nos tornamos mais capazes de fazer uma gestão de crises, delegar tarefas e aproveitar melhor cada etapa do projeto.

Entretanto, na prática, percebemos que a formação do grupo se deu antes mesmo de gerarmos as informações acerca dos tipos de personalidades. Percebemos também que ter pelo menos um integrante de cada tipo de personalidade contribui para a construção da pesquisa ou trabalho.

Tendo como base a Figura 03, que mostra as fases percorridas em projetos que se baseiam em Design Thinking, podemos concluir como conseguimos utilizar o HCD e distribuir nele cada fase que podemos ver na Figura 02.

Com isso, as fases de prototipação e validação ocorreram durante toda a produção do material para apresentação oral na disciplina de Design Thinking e na construção deste artigo.

Tendo também como uma constante reformulação a fase final de implementação, pois os resultados destes materiais que se originaram durante um trabalho da disciplina de Design

Thinking, nos mostram como o alinhamento entre teoria e prática precisam estar em equilíbrio. A busca pelo modelo certo a se propor para a formulação de uma equipe ou grupo de trabalho, que possui características e métodos principais, pode ser adaptada conforme suas necessidades.

O modelo do HCD, permite, então, ser um norte inicial de qualquer pesquisa, podendo ser implementado a cada aplicação ou uso do projeto em si.

REFERÊNCIAS

- Araujo, L. C. G. (2006). Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas
- Brown, T.; Wyatt, J. (2010). Stanford social innovation review design thinking for social innovation.. Disponível em: <https://ojs.unbc.ca/index.php/design/article/viewFile/1272/1089>. Acesso em: 19 Maio de 2021.
- Brown, T. (2020). Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Alta Books
- Chen, E. et al. (2021). Enhancing community-based participatory research through human-centered design strategies. Health promotion practice, v. 21, n. 1, p. 37-48.
- Forbes. 10 Ways Technology Has Changed Team Communication. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2018/08/02/10-ways-technology-has-changed-team-communication/?sh=76ba6d577cb4>
Acesso em: Junho de 2021.
- Ideo.org. (2015). The field guide to human-centered design. Disponível em: <http://www.designkit.org/resources/1>. Acesso em: 19 Maio de 2019.
- Jarvis, P. (2009). Learning to be a person in society. Routledge.
- Lockwood, T.; Papke, E. (2017). Innovation by design: how any organization can leverage design thinking to produce change, drive new ideas, and deliver meaningful solutions. Red Wheel/Weiser.
- Murray A. (2015). The new industrial revolution. Fortune, Maio 1, p. 6
- Paulino, D. B. et al. (2019). O MBTI na Educação Médica: uma Estratégia Potente para Aprimorar o Trabalho em Equipe. Uberlândia: Scielo. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-52712015v43n4RB20180265>. Acesso em: jun 2021
- Santos, B. de S. (2007). Para um novo senso comum: a ciência, o direito e a política na transição paradigmática. São Paulo: Cortez. https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/CNAE20_Subclasses_Introducao.pdf