



**PRIMEIRA EDIÇÃO**



---



**DESIGN  
THINKING  
PARA  
BIBLIOTECAS**

---

PRIMEIRA ED. / DOIS MIL E DEZESETE

[WWW.DESIGNTHINKINGFORLIBRARIES.COM](http://WWW.DESIGNTHINKINGFORLIBRARIES.COM)



**UM TOOLKIT PARA  
DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO**

IDEO



# Prefácio à tradução brasileira

Este *toolkit* foi traduzido para o português com a finalidade de auxiliar quem trabalha em bibliotecas e enfrenta diariamente desafios para ver seus objetivos gerarem resultados.

É um material destinado àquelas pessoas que não se contentam com pouco, que buscam mais, que querem mais, que são audaciosos e destemidos! Podem ser profissionais de bibliotecas públicas, comunitárias, escolares, universitárias, especializadas, não importa a tipologia, importa querer realizar grandes feitos e abrir a mente ao novo, ao inesperado, à surpresa. Todos que tenham gana e um brilho no olhar conseguirão aproveitar as técnicas e a metodologia cuidadosamente preparadas por pessoas que estão buscando inovar com o que já tem e fazer a diferença em suas práticas de trabalho.

São ferramentas simples, mas que os profissionais terão a oportunidade de aprender de forma sistematizada, por etapas. Ao organizá-las fica evidenciada a apresentação didática de cada passo a ser trabalhado e executado para benefício de quem utilizará e se apropriará de tudo isso: o usuário. Este *toolkit* tem como princípio o Design Thinking centrado no humano, ele é o início, o meio e o fim de todo o processo descrito. Trata-se, sem dúvida, de um guia extremamente útil para todos aqueles que desejam efetivar uma mudança significativa e significativa nas bibliotecas onde atuam. E os bibliotecários podem ter papel preponderante na adoção dessa metodologia em seus ambientes de trabalho.

É importante ressaltar, que as informações aqui compiladas são estudos de casos ocorridos em países de língua inglesa, com relatos de profissionais de bibliotecas públicas americanas e dinamarquesas, que serviram de base para os estudos. Embora nossa realidade seja distinta, acreditamos que as abordagens utilizadas por esses profissionais são passíveis de serem reproduzidas em qualquer situação. Ainda mais quando nos deparamos com limitações orçamentárias e ausência de políticas públicas para a área, torna-se mais necessário buscar métodos que possam mostrar onde realmente devem ser investidos os esforços que garantam a satisfação das comunidades.

Com a leitura do material será possível reafirmar que uma biblioteca é um local de construção de conhecimentos, um lugar de convivência e compartilhamento de ideias, sensações, descobertas, habilidades e valores. Se percebemos que estamos longe dessa definição é mais uma razão para que este guia possa se tornar um companheiro inseparável e fiel das equipes, amigos da biblioteca, da comunidade, dos usuários, dos gestores e do poder público.

Esse material foi originalmente produzido pela IDEO com o patrocínio da Fundação Bill & Melinda Gates. A Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições – FEBAB entendendo a importância de disseminar esse material entre os profissionais brasileiros, buscou e obteve as autorizações devidas para fazer sua tradução para o português. Mas para tornar possível esse material, contamos com o trabalho voluntário da Profa. Adriana Maria de Souza que traduziu todo o *toolkit* e da Paula Azevedo que apoiou sua revisão. Além disso, tivemos a importante parceria do Instituto de Políticas Relacionais para finalizá-lo agregando a tradução do caderno de exercícios. Obrigada Daniela Greeb e Vanessa Labigalini!

Não poderíamos deixar de mencionar nossos agradecimentos à Maria Vitória Santos Gonçalves que fez a diagramação e a Pilar Pacheco da Fundação Bill & Melinda Gates.

Como podem observar um grupo de pessoas se comprometeu para concretizar esse trabalho que agora compartilhamos, desejando muito que a abordagem Design Thinking para Bibliotecas possa ajudar a todos que desejam realizar um trabalho cada vez melhor em suas bibliotecas!

Boa leitura a todos!

Adriana Maria de Souza  
Responsável pela Tradução

Adriana Cybele Ferrari  
Presidente da FEBAB

# Sumário

**CAPÍTULO 1**  
**INTRODUÇÃO** *p. 4*

---

**CAPÍTULO 2**  
**INSPIRAÇÃO** *p. 26*

---

**CAPÍTULO 3**  
**IDEAÇÃO** *p. 50*

---

**CAPÍTULO 4**  
**ITERAÇÃO** *p. 80*

---

**CAPÍTULO 5**  
**ESCALANDO** *p. 103*

---

**GLOSSÁRIO** *p. 118*



CAPÍTULO

1

# INTRODUÇÃO

Bem-vindo ao *toolkit* de Design Thinking para bibliotecas.

Este capítulo introdutório vai orientá-lo para a abordagem de *Design Thinking* e mostrará como você pode usar este *toolkit* no contexto de sua biblioteca. Estamos felizes que você esteja interessado em aprender a criar melhores soluções para seus usuários e sua comunidade!

## INTRODUÇÃO

# ESTE TOOLKIT É PARA VOCÊ!

## ESTE TOOLKIT PODERÁ AJUDÁ-LO A CRIAR SOLUÇÕES PARA OS SEUS DESAFIOS DIÁRIOS

Embora as bibliotecas já existam há séculos, nunca houve um tempo tão propício para refletir sobre o futuro delas. Em muitas comunidades espalhadas pelo mundo, as bibliotecas públicas ainda são os únicos espaços nos quais qualquer pessoa, independentemente da educação ou do nível de habilidade, pode ter acesso à informação.

Apesar de vitais, muitas bibliotecas permanecem subutilizadas e têm orçamentos e recursos limitados. Os desafios enfrentados pelos bibliotecários são reais, complexos e variados. Em face à rápida evolução no panorama da informação, bibliotecários precisam de novas respostas, que exigem novas perspectivas, ferramentas e abordagens. Por uma questão de clareza, vamos abordar os bibliotecários em todo este *toolkit*, mas, na realidade, sabemos que qualquer colaborador dentro do ambiente de uma biblioteca se beneficiará com o uso do Design Thinking em seu dia a dia de trabalho.

É importante notar que algumas bibliotecas modificaram suas abordagens e perspectivas para se ajustarem às necessidades do século XXI. Por exemplo: as bibliotecas estão, continuamente, reenquadrando suas finalidades e ofertas, baseando-se em bibliotecas como polos de serviços aos cidadãos, ou seja, um espaço de convivência, de compartilhamento e colaboração, além de uma plataforma para a experimentação. Nossa esperança é que este uso seja mais diversificado no futuro. Hoje vocês têm a oportunidade de se tornarem embaixadores da mudança.

## DESIGN THINKING É UMA DESSAS ABORDAGENS

Nós criamos este toolkit para apresentar um caminho de trabalho que o ajudará a fortalecer sua biblioteca, entendendo a necessidade de seus usuários e envolvendo sua comunidade como nunca antes, por meio de um método que nós chamamos de Design Thinking. Várias indústrias, particularmente as de negócios e de educação, têm utilizado por décadas esta abordagem “focada nas pessoas”, visando à resolução de problemas. Neste *toolkit*, adaptamos o método para o ambiente das bibliotecas. Você aprenderá todas as etapas para desenvolver melhores serviços, usar as ferramentas e aprimorar as experiências de seus usuários.

## INTRODUÇÃO

### UM CHAMADO À AÇÃO

Seja na função de bibliotecário ou membro de uma equipe de biblioteca é sua missão melhorar a sociedade, facilitando o conhecimento. Essa facilitação precisa começar com a comunidade. A fim de evoluir continuamente e melhorar as ofertas da biblioteca, você terá um profundo entendimento das necessidades de sua comunidade de usuários e não-usuários. Ninguém conhece tão bem essas comunidades quanto você – o bibliotecário que trabalha nelas.

Sabemos que seus dias, frequentemente, são muito ocupados e as demandas de um sistema de biblioteca são intensas, mas esta é mais uma razão para empregar novos caminhos e pensar no dia a dia de seu trabalho. Você pode perguntar a si mesmo: “E quanto à falta de recursos e financiamentos?” e nossa resposta é: comece mudando o seu pensamento do que não tem, para o que tem. A mudança viável e imediata é inteiramente possível, dentro das restrições existentes e nem todas as inovações são inéditas. Há um ditado popular de que a “criatividade ama restrições”; então, mantenha a mente aberta e deixe esta abordagem inspirar você para encontrar: uma nova perspectiva em seu trabalho. Esperamos que aceite nosso convite.

### QUEM SOMOS?

A IDEO é uma consultoria global de design que contribui para a criação de inovações, tais como: o primeiro *mouse* e o primeiro *laptop* para a *Apple*. A IDEO aplica sua abordagem centrada no ser humano para orientar a inovação e o crescimento de *startups* de líderes globais, bem como o setor público, de educação, de saúde e social.

Você pode estar perguntando a si mesmo: “o que eles sabem sobre bibliotecas e como podem relacionar seu trabalho a elas?” Como consultores, trabalhamos com clientes e assuntos nos quais nós não somos especialistas. Estudamos o problema com profundidade e, então, oferecemos um novo ponto de vista para os clientes, no intuito de resolvê-lo de uma forma integrada/sistêmica. Por isso, enquanto você não se considerar um “*designer*”, sabemos que uma nova visão pode, realmente, trabalhar a seu favor. Você não precisa ser um especialista em *design* para usar os métodos de Design Thinking.

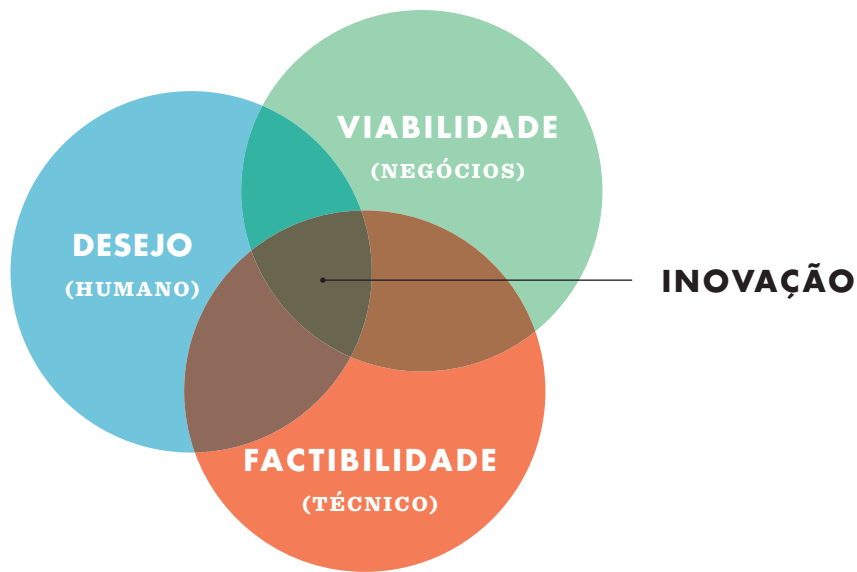
Além disso, graças ao financiamento da Fundação Bill & Melinda Gates, por meio do Programa Global de Bibliotecas, passamos mais de um ano trabalhando em estreita colaboração com bibliotecários para criar este *toolkit*. Também tivemos parceiros como: a Biblioteca Pública de Chicago, dos EUA e a Aarhus – Bibliotecas Públicas da Dinamarca. Observamos mais de 40 bibliotecários em 10 países e, então, sintetizamos nosso aprendizado.

## INTRODUÇÃO

# O que é Design Thinking?

## DESIGN THINKING É TANTO UMA ABORDAGEM COMO UMA CONSCIÊNCIA

Design Thinking é uma abordagem criativa ou uma série de etapas que o ajudarão a desenhar, satisfatoriamente, soluções para a sua biblioteca. Se você pensa sobre isso como um diagrama, existem soluções de Design Thinking na interseção de três fatores: desejo, factibilidade e viabilidade. Em outras palavras, quando a solução é desejável, financeiramente viável e tecnologicamente factível, a inovação acontece já que esses fatores coexistem.



Embora possa parecer temeroso à primeira vista, Design Thinking é, na verdade, um processo profundamente empático e intuitivo, incluindo habilidades que todos nós temos de forma inerente, mas que com frequência negligenciamos. Em outras palavras, você não precisa ser um designer para usar ferramentas criativas e solucionar problemas. Em vez disso, Design Thinking confia em sua habilidade de ser intuitivo, reconhece seus padrões para construir ideias que ressoam emocional e racionalmente, e de ser expressivo, por meio de uma ação. O processo de Design Thinking começa avaliando as necessidades das pessoas e é por isso que anda de mãos dadas com a metodologia que chamamos de “design centrado no ser humano”.

Design Thinking é também um jeito de pensar, porque você começa a ver o mundo com a visão de um designer, mesmo que não o seja. Pensar como um designer não se trata de saber como projetar, e sim sobre abraçar o desconhecido e ser criativo em face à ambiguidade. Adotar uma consciência que permita que você veja problemas como oportunidades e proporcione a confiança para criar soluções transformadoras. Sabemos que esta abordagem pode ser diferente do caminho que você normalmente utiliza, e a ideia de não conhecer o resultado final pode parecer assustadora, mas tenha em mente que é importante para confiar no processo.

## INTRODUÇÃO: O QUE É DESIGN THINKING?

### EXEMPLO 1

Abaixo há um exemplo que apresenta o valor do Design Thinking. A seguir há um trecho da *Creative Confidence* (Confiança Criativa) – livro dos fundadores da IDEO: Tom & David Kelley:

*Uma das minhas histórias favoritas sobre confiança criativa é a de Doug Dietz, designer em GE Healthcare. Recentemente ele estava trabalhando em um novo projeto de aparelho de ressonância magnética. Um dia, quando observava seu projeto no hospital, ele encontrou uma jovem paciente caminhando para a sala de exames com os pais. A jovem estava visivelmente aterrorizada, com lágrimas escorrendo pelo rosto. Ao ver a expressão dela, o técnico imediatamente chamou o anestesiolologista.*

*Neste momento, sua perspectiva mudou para sempre e então soube que havia feito uma mudança. Ele se inscreveu em um curso da Stanford d.school, onde aprendeu como superar o desafio, do ponto de vista do design centrado no ser humano, que acabaria por ajudá-lo a fazer exames de ressonância magnética menos aterrorizantes para crianças e jovens. Doug sabia que não seria capaz de garantir um financiamento significativo para redesenhar o aparelho de ressonância magnética a partir do zero, por isso focou na experiência. Ele e sua equipe transformaram o aparelho de ressonância magnética numa história de aventura, com o paciente estrelando o papel principal. Aplicaram decalques coloridos no exterior da máquina e em cada superfície da sala, abrangendo os equipamentos, chão, teto e paredes. Eles também criaram um script para o técnico conduzir os pacientes através da aventura.*

*Em alguns dos protótipos incluíram um navio pirata; um leme projetado na abertura da câmara tornou a área menos claustrofóbica, e o paciente tinha de pegar um tesouro no peito do pirata, no final do exame. Com esses novos designs, o número de pacientes que passou a necessitar de sedação diminuiu drasticamente. Os pacientes ficaram mais felizes. Os hospitais deixaram de ser apavorantes e se tornaram mais agradáveis. Sua maior conquista, porém, foi quando, certa vez, uma menina perguntou a sua mãe após o exame: “podemos voltar amanhã?”*

*Trate um problema a partir de uma abordagem criativa, como Doug fez e muitas novas oportunidades se apresentarão.*

### EXEMPLO 2

Aqui há um outro exemplo de *Design Thinking* em um contexto educacional: *Design Thinking* para Educadores:

*Michael Schurr, professor em Nova York, percebeu que nunca havia perguntado aos seus alunos o que os faria se sentirem mais confortáveis na sala de aula. Ele tinha passado horas montando conteúdos para o quadro de avisos da sala de aula, mas os alunos não haviam notado. Então começou um projeto de Design Thinking com o seguinte desafio de design: “Como a sala de aula pode ser projetada para atender melhor às necessidades dos meus alunos?” Ele decidiu falar diretamente com eles, para descobrir o melhor design para o ambiente.*

*Enquanto entrevistava seus alunos, percebeu que o problema era que eles não olhavam o quadro de avisos.*

*Baseado nisso, Michael foi capaz de redesenhar sua sala de aula, a partir das necessidades e desejos de seus alunos. Ele baixou o quadro de avisos para que seus alunos, realmente, pudessem ver o conteúdo e criou um espaço mais confortável para eles estudarem. Após fazer esses pequenos ajustes, seus alunos ficaram mais engajados e se moveram com mais fluidez no espaço da sala de aula. Agora, Michael constantemente envolve os alunos para ajudá-lo de forma mais eficaz para moldar sua experiência de aprendizagem. Ele está usando o design de reimaginar a sala de aula, através da “lente dos olhos” de seus alunos.*



Exemplo 1



Exemplo 2



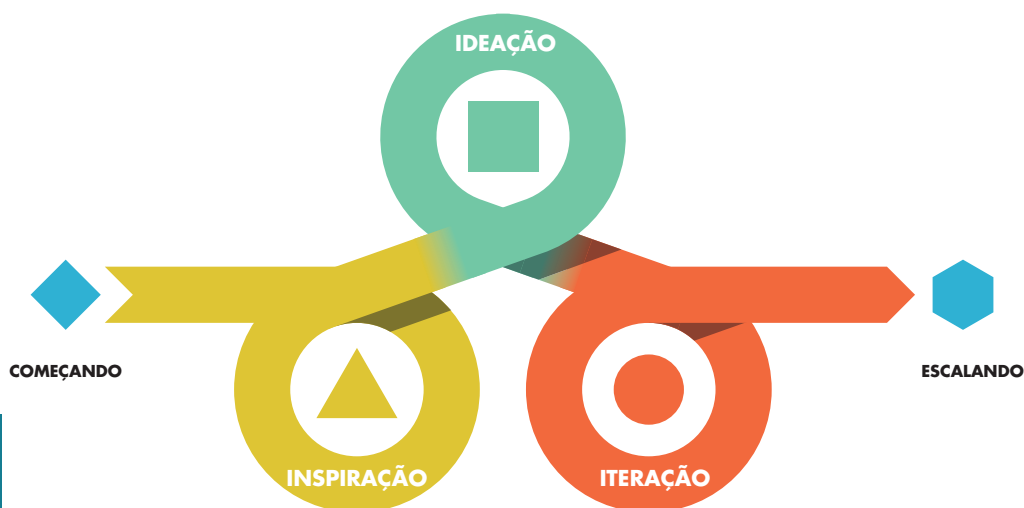
## INTRODUÇÃO

# O Processo de Design Thinking

O processo de Design Thinking é mais adequado quando pensado a partir de um sistema de sobreposição de fases, em vez de uma sequência de medidas ordenadas. Você deverá ter em mente três fases: *inspiração*, *ideação* e *iteração*. Uma vez que transita de uma ideia a uma oferta sustentável, você “começa a escalar”; isso significa que sua ideia tem amplo impacto e capacidade de realizar uma mudança organizacional e, até mesmo, sistêmica. Você desenvolverá um profundo entendimento de cada fase do Design Thinking aprendendo sobre projetos específicos que a IDEO tem completado ao longo dos anos.

Além disso, enquanto você se move através dessas fases, é importante que saiba que o processo não é linear, ele alterna entre pensamentos convergentes e divergentes, abstratos e concretos.

## O PROCESSO DE DESIGN THINKING



## INTRODUÇÃO: O PROCESSO DE DESIGN THINKING

### INSPIRAÇÃO

é sobre a elaboração de um desafio de design e a descoberta de novas perspectivas e oportunidades.

*Eu tenho um desafio.*

Como posso abordá-lo?

### IDEAÇÃO

é sobre gerar ideias e como fazê-las tangíveis.

*Eu aprendi algo.*

Como eu interpreto e expresso minhas ideias?

### ITERAÇÃO

é sobre a experimentação contínua com base no *feedback* do usuário.

*Eu tenho um protótipo.*

Como posso testá-lo e melhorá-lo com os usuários?

## A ABORDAGEM É...

### CENTRADA NO USUÁRIO

A abordagem começa e termina com as necessidades do usuário (em oposição às necessidades da biblioteca). A biblioteca, como uma organização, dará continuidade quando você colocar o usuário em primeiro lugar.

### APRENDER FAZENDO

É sobre “sair de trás de sua mesa”, mobilizar pessoas, sair da zona de conforto e “sujar as mãos”.

### EXPERIMENTO

Não é um processo linear, demanda flexibilidade e uma vontade constante de evoluir.

## A CONSCIÊNCIA É...

### O JEITO DE PENSAR

Trata-se de olhar o mundo pelo olhar de uma criança e com a mente de um principiante. É estar disposto a aprender algo novo sobre a biblioteca que você conhece tão bem.

### CONFIANÇA CRIATIVA

Trata-se de perder o medo do fracasso e da crítica, ficar bem quando não souber a resposta “certa” e enxergar a beleza na imperfeição.

### OTIMISTA

É a crença de que os problemas são apenas oportunidades disfarçadas e que poucas pessoas trabalhando juntas em um novo caminho podem mudar o futuro para melhor.




## INTRODUÇÃO

# Uma Nota Sobre Linguagem

A terminologia usada para descrever o processo de Design Thinking pode variar muito. Na verdade, nem mesmo o termo “design centrado no ser humano” vs “design thinking” é universal entre os seus praticantes. Para o propósito deste *toolkit*, utilizamos design centrado no ser humano como sendo a filosofia e as origens da metodologia descrita aqui, enquanto o Design Thinking refere-se à prática literal da abordagem e da consciência.

Conforme você explora outros recursos contidos neste documento, poderá notar várias descrições diferentes para cada fase do processo concebido, nas quais todas tratam do mesmo processo geral, embora possam ser divididas em diferentes seções e títulos.

### TERMOS ALTERNATIVOS

 <b>INSPIRAÇÃO</b> <hr style="width: 20%; margin: 5px auto;"/> Explorar Descobrir Escutar Interpretar Empatizar Definir	 <b>IDEACÃO</b> <hr style="width: 20%; margin: 5px auto;"/> Idealizar Criar Prototipar	 <b>ITERAÇÃO</b> <hr style="width: 20%; margin: 5px auto;"/> Implementar Experimentar Entregar Evoluir Testar
---	---	--

Tivemos muito cuidado em clarificar nossos termos ao construir este *toolkit*, para que fique tão compreensível quanto possível. Enquanto muitos dos termos utilizados no processo de design têm se tornado comuns, em vários contextos, reconhecemos que há dúvidas para muitas bibliotecas que ainda não conhecem os termos que utilizamos. Por essa razão, providenciamos um glossário (p. 117) de definições ao final deste *toolkit* para a sua referência.



#### CURIOSO SOBRE OUTROS TERMOS NESTE TOOLKIT?

Veja nosso glossário p. 117

## INTRODUÇÃO

# Como é o processo em ação?

Uma equipe de Design Thinking de quatro bibliotecários de bibliotecas infantis e um gerente da Biblioteca Pública de Chicago (CPL) uniram-se para pensar sobre crianças e o conceito de brincar. Inspirados por suas crenças compartilhadas, de que o ato de brincar é essencial para o desenvolvimento da criança, colocaram a seguinte questão: “Como poderíamos integrar o ato de brincar, nos serviços centrais da CPL para as crianças?”

## INSPIRAÇÃO

Para reunir inspiração, a equipe conduziu entrevistas e observações no Museu Infantil de Chicago, *Bronzeville*, *Exploratorium* e em outras bibliotecas. Entrevistaram especialistas sobre o tema, incluindo dois bibliotecários que defenderam pontos de vista opostos — um defendeu o ato de brincar e o outro mostrou-se cético em relação ao seu valor. Essas entrevistas demonstraram à equipe as várias posições sobre o ato de brincar na biblioteca e a gama de suportes e desafios que poderiam enfrentar em seu projeto de design. Finalmente, a equipe entrevistou três famílias para entender como usavam a biblioteca e como ela se encaixava no contexto mais amplo da vida deles.



Uma das fotos tiradas durante uma entrevista com dois irmãos. A equipe pediu que as crianças participassem de um exercício de colagem para ajudar a articular melhor seus desejos e suas necessidades em um espaço da biblioteca.

## INTRODUÇÃO: COMO É O PROCESSO EM AÇÃO?

### IDEAÇÃO

Usando como inspiração a pesquisa elaborada, a equipe começou a gerar ideias. Através de várias reuniões compartilharam suas histórias e experiências, reunindo informações que resultaram em muitas ideias que poderiam guiar o seu design.

A seguir estão as quatro conclusões da equipe:

- As bibliotecas são percebidas como o terceiro lugar mais seguro, entre a escola e o lar, portanto, há potencialmente mais aderência para experimentações;

- A biblioteca deveria ser parte do processo de investigação da vida de uma criança;

- Parentes e bibliotecários têm a tendência de querer controlar, ou mesmo, estruturar o brincar; assim, novos programas têm de equilibrar a necessidade de controle com a necessidade de flexibilidade que é inerente às atividades lúdicas;

- Os pais de crianças em idade escolar querem que haja uma divisão entre o brincar e o estudar.

A equipe, rapidamente, desenvolveu maneiras de transformar suas ideias em implementação e protótipos. Em apenas cinco horas, utilizaram materiais de construção básicos (principalmente do núcleo de espumas e brinquedos) para chegar a um novo tipo de espaço para as crianças, que permitisse a contação de história uns aos outros. Através da brincadeira, as crianças poderiam usar adereços e ferramentas de desenho para aprender a criar uma história com começo, meio e fim, numa estrutura narrativa. Para tornar a ideia tangível, o pessoal da biblioteca fez o protótipo do design de uma forma física e incluiu nele vários elementos da contação de histórias performativas, com um fundo – feito a partir de um núcleo de espuma com uma projeção de vídeo –, trajes simples e bonecos feitos à mão.



*Fotos que capturam o protótipo que a equipe criou dentro das pilhas de papel existentes nas bibliotecas, usando materiais como: bonecos, papel de construção, projetor e um laptop.*

## INTRODUÇÃO: COMO É O PROCESSO EM AÇÃO?

### ITERAÇÃO

O primeiro protótipo da equipe foi o de uma janela na biblioteca, dedicada à narrativa interativa no ramo de Chinatown em Chicago. A equipe criou um palco, com fundo grande para os contos de fadas, forneceu roupas e vários suportes para as crianças usarem durante as cenas. Além disso, montaram um local de escrita ao lado das janelas, com um quadro magnético para escrever histórias e adicionar detalhes ao palco. O objetivo era envolver as crianças na criação e na representação das histórias. Intencionalmente, houve pouca facilitação ou envolvimento dos bibliotecários, como acontece com muitos ramos do sistema Chinatown, o que foi prontamente atendido. Enquanto o minipiloto estava acontecendo, a equipe recolheu os feedbacks dos pais e das crianças para observações. Uma classe do jardim da infância amou o espaço aberto para a troca de livros. As ideias foram atrativas, principalmente, ao público mais jovem.

A equipe aprendeu dois pontos importantes que formaram o minipiloto: primeiro, descobriram que as crianças mais velhas eram demasiadamente autoconscientes para atuarem em um espaço aberto. Segundo, as crianças estavam mais interessadas em desenhar do que em escrever no quadro. Elas não estavam criando histórias, mas desenhando imagens. Além disso, com base em suas observações, a equipe questionou a satisfação das crianças em relação à dramatização na frente de outras crianças versus a interação com elas.

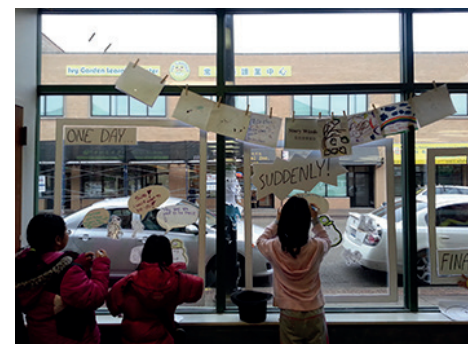
Inspirados por essa pergunta e por outros aprendizados, a equipe planejou um novo minipiloto. Um evento que tanto celebrou o interesse das crianças por desenhar, quanto a capacidade de criarem novas histórias. No evento, as crianças foram convidadas a produzir histórias em quadrinhos, usando personagens existentes, conhecidos dos livros que elas amavam, ou criar novos personagens conforme a imaginação delas. As crianças poderiam responder às histórias uns dos outros, produzindo juntos uma história em quadrinhos coletiva e em tempo real. Este evento focou mais na interação do que no desempenho. Uma vez que era ao vivo, a equipe

estava muito mais envolvida, conduzindo atividades que instigassem as crianças a colaborarem, convidando-as a desenharem histórias em quadrinhos nos caixilhos das janelas e criando os próprios minilivros, desenhados em quadrinhos.

Novamente, a equipe realizou entrevistas e observações durante o evento. Constataram que as crianças estavam dispostas a colaborar em contar histórias e entenderam o conceito de uma história com um começo, meio e fim claros. As crianças também adoraram a atividade de escrever nas paredes, o que elas não poderiam fazer em casa.

A partir da iteração de suas experiências, elas aprenderam várias coisas novas:

- As famílias precisam de estrutura nas atividades, em graus variados, pelo menos até que o jogo na biblioteca se torne rotineiro;
- As famílias precisam de permissão para falar alto, elas não estão acostumadas a isso em um ambiente de biblioteca;
- Alguns funcionários precisaram mudar a visão sobre ruído e controle, isso pode exigir treinamento e uma mudança na filosofia da equipe.



Fotos da janela da contação de histórias, durante o segundo minipiloto da equipe.



A equipe observa duas crianças na atividade da escrita, durante o primeiro minipiloto.

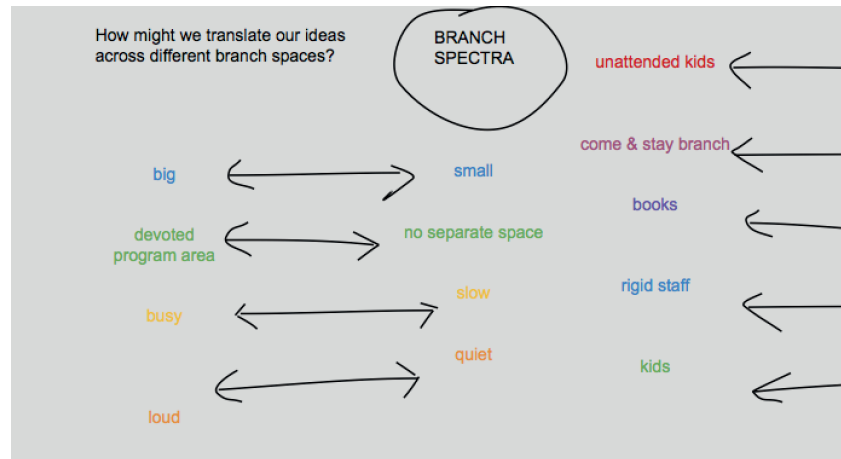
## INTRODUÇÃO: COMO É O PROCESSO EM AÇÃO?

### ESCALANDO

Com base nessas duas atividades, um novo desafio de design surgiu: – Como poderíamos traduzir nossas ideias em diferentes partes? A equipe havia passado pelo processo de Design Thinking e agora pensava em como dimensionar a ideia para outros locais.

De acordo com o líder da equipe, John Glynn, perceberam que: “Teriam um impacto maior nas brincadeiras se se concentrassem menos em ferramentas (como materiais lúdicos e brinquedos) e muito mais nos serviços e nas funções como bibliotecários”.

Como experimentaram vários contextos, a equipe continuou a aprender que uma ideia pode ser ajustada a diferentes ambientes e culturas. A princípio têm utilizado os conhecimentos adquiridos em várias áreas, na concepção de conteúdos que promovem a brincadeira como tema central do espaço. Ao compartilharem o que aprenderam com o processo, esperam influenciar a conversão do espaço existente na nova construção. A esperança é de que cada parte desempenhe um serviço, um espaço e um programa que demonstre o valor da brincadeira e da contação de histórias na aprendizagem infantil.



(Topo) A equipe criou um framework que abordou a importância de cada espaço, o que permitiu avaliar a própria prontidão para um novo tipo de oferta de brincadeiras.

(Inferior) Uma representação arquitetônica do novo espaço para crianças no bairro de Albany Park, em Chicago, que inclui nas paredes, as janelas com as histórias do primeiro protótipo do projeto da equipe.

## INTRODUÇÃO

# Por que isso é valioso aos bibliotecários?

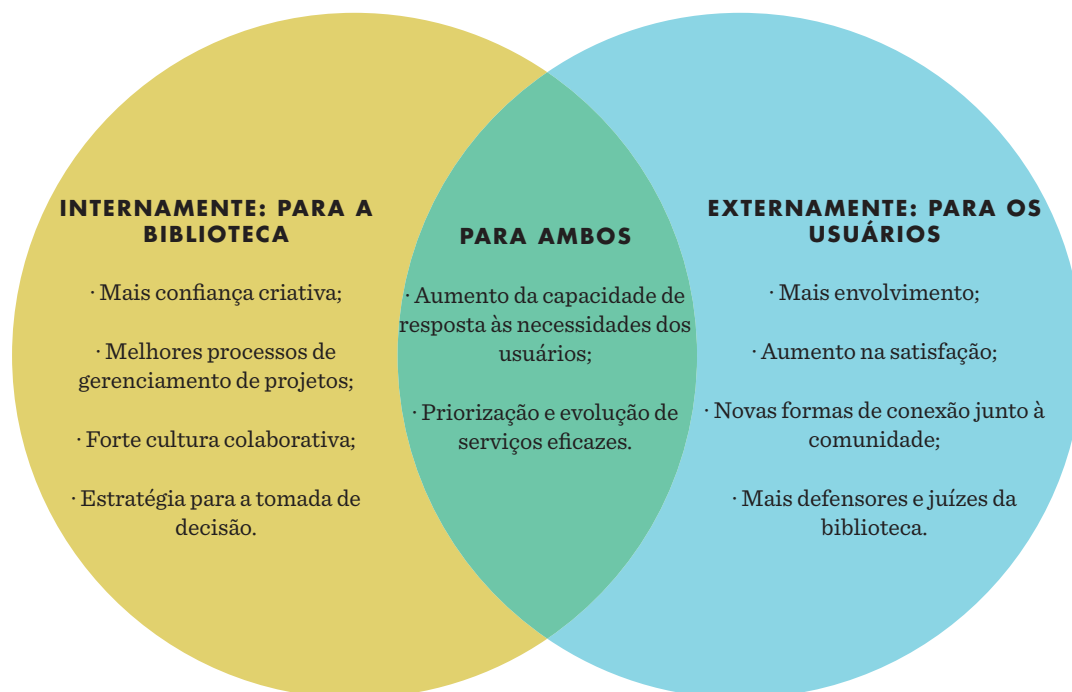
Além de descobrir soluções para os desafios do dia a dia, a prática do Design Thinking ajudará você e a sua biblioteca a desenvolverem uma nova forma de trabalho. Certamente, o Design Thinking começa quando envolve os seus utilizadores, mas a partir desse ponto, pode se espalhar por toda a organização e proporcionar vários benefícios, tanto para a biblioteca quanto para os usuários.

“

A ideia de que a inovação é cara é um equívoco! Tudo o que você precisa é olhar para o seu mundo de uma nova maneira e ser capaz de ver todas as possibilidades que já existem.”

*Equipe da Biblioteca Pública de Chicago focada em uma programação para adolescentes*

”





## INTRODUÇÃO

# Quem pode utilizar?

### VOCÊ PODE USAR DESIGN THINKING PARA ENFRENTAR QUALQUER DESAFIO.

Quando as pessoas pensam em design, muitas vezes pensam na estética em relação à forma, ou em objetos tangíveis, tal qual o desenho de uma cadeira. Porém, o Design Thinking como processo pode ter um impacto muito mais amplo, e você pode usá-lo para resolver todos os tipos de desafios de sua biblioteca, incluindo: programas, espaços, serviços e sistemas.

Com isso em mente, entrevistamos bibliotecas parceiras, em todo o mundo, e criamos um catálogo de tipos de desafios que as bibliotecas comumente enfrentam. Estes desafios são apresentados em forma de perguntas: “Como nós podemos...?” Como você mesmo pode perceber, há muitas respostas e soluções possíveis para cada desafio.

Esperamos que este catálogo inspire ideias na maneira como você vai utilizar o Design Thinking em sua biblioteca, uma vez que cada qual enfrenta desafios diferentes. Por isso, convidamos você e sua equipe a escolherem um desses desafios para ser resolvido com base nos exercícios que em breve iremos apresentar.



**PROGRAMAS**



**SERVIÇOS**



**ESPAÇOS**



**SISTEMAS**

“

**D**ê pequenos passos, o seu design não tem de ser um projeto completamente novo. Às vezes, o ideal é melhorar uma ideia que já existe em alguns detalhes.

*Biblioteca Pública de Chicago*

”

## INTRODUÇÃO: QUEM PODE UTILIZAR?

### PROGRAMAS



Programas de bibliotecas são ótimos meios para se começar a usar Design Thinking, uma vez que apresentam uma série de eventos fáceis de construir, modificar e interagir. Como bibliotecário, você provavelmente já é um “mestre designer” de vários programas, tais como: um desafio de leitura no verão ou uma série de palestras. Ao projetar programas, você pode considerar de que forma serão facilitados. Os conteúdos e os recursos de que pode precisar e o contexto (físico ou virtual) em que eles ocorrem.

#### Exemplos

*Como poderíamos...* apoiar e diferenciar os programas de alfabetização infantil para crianças, envolvendo toda a família?

*Como poderíamos...* projetar um programa de aprendizado, baseado em games que incentivem a prática: ‘criando e fazendo’ na era digital?



### ESPAÇOS

Ambientes físicos sinalizam as pessoas de como devem se comportar e influenciam a forma como elas se sentem. Tenha em mente que o espaço não é, necessariamente, influenciado pela estética, como a cor da tinta na parede. O que importa é a forma como as pessoas reagem à cor e o que elas fazem. No Design Thinking falamos pouco sobre espaços que “captam” impressões e mais sobre espaços que “agem” sobre estas. Quando repensar um espaço de biblioteca, considere as restrições de construção, circulação, fluxo de usuários e ferramentas específicas do ambiente que possam torná-lo um espaço mais interativo.

#### Exemplos

*Como poderíamos...* criar um ambiente acolhedor na biblioteca que incentive os usuários relaxarem e permanecerem por mais tempo?

*Como poderíamos...* aproveitar o espaço não utilizado, ou redistribuir o espaço para que os usuários descubram mais sobre o que a biblioteca pode oferecer?

### SERVIÇOS



Embora os programas sejam, tipicamente, ofertas específicas de tempo, como aulas; os serviços são, muitas vezes, uma oferta sistêmica dos quais as pessoas não só participam, mas usam e defendem. Design de serviços, muitas vezes, se concentra em fazer com que os sistemas estejam por trás dos serviços, como a comunicação ou a tecnologia em benefício do usuário. Alguns bons exemplos incluem: a entrega de uma refeição leve para um almoço na Índia, um serviço de táxi sob demanda e, claro, o empréstimo de um livro da biblioteca! Grandes serviços aproveitam o poder da biblioteca, dos bibliotecários e de todos os recursos existentes para mover a sociedade para frente.

#### Exemplos

*Como poderíamos...* criar uma experiência de interface amigável na web, ao usuário que conhece o cenário digital do século XXI?

*Como poderíamos...* prestar assistência relevante ao público adulto, quanto ao aprendizado sobre Tecnologia da Informação, especialmente àqueles que relutam em pedir ajuda?



### SISTEMAS

Em maior escala, sistemas representam várias partes integradas, relações e necessidades, o que pode ser pensado como uma rede ou uma organização. Os exemplos incluem: um sistema bancário, um programa de refeição por toda a cidade e novamente o sistema de biblioteca. Projetar sistemas significa integrar vários serviços interdependentes, de modo a gerar impacto. Desafios envolvem, muitas vezes, uma estratégia de alto nível em torno de prioridades, políticas e comunicações essenciais.

#### Exemplos

*Como poderíamos...* produzir design em parcerias mutuamente benéficas – com as escolas locais e outras instituições educacionais?

*Como poderíamos...* redesenhar métricas em bibliotecas para que as pessoas compreendam o seu valor de uma forma mais significativa e emocional?

## INTRODUÇÃO

# Como este *toolkit* se apresenta

Este *toolkit* é dividido em duas partes: um guia que consiste em leituras e referências, e um livro de atividades que o ajudará a aprender utilizando seus próprios métodos. Quaisquer notas no calendário, para cada método e exercício são puramente sugestões. A utilização de todo o *toolkit* pode levar de 5-8 horas por semana, durante as próximas seis semanas, mas pode se estender ou antecipar, dependendo de quanto tempo você tem disponível com a sua equipe.

## UMA NOTA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DESTA TOOLKIT

Reconhecemos que este *toolkit* tem algumas limitações que gostaríamos de abordar e esclarecer antes de avançarmos. No Design Thinking, você não pode projetar para todos e não poderíamos criar este *toolkit* com essa abrangência. Reconhecemos que:

- Em primeiro lugar, existe um preconceito linguístico. Estamos nos EUA e, ao mesmo tempo, temos trabalhado com bibliotecários de todo o mundo e o nosso principal meio de comunicação tem sido no idioma inglês. Nossa esperança é que ao escrevermos o *toolkit* inicialmente em inglês, na sequência, outros possam traduzi-lo para aumentar a acessibilidade;

- Em segundo lugar, oferecemos muitos exemplos neste *toolkit* que têm viés para os EUA e a Europa. Isso decorre do nosso trabalho direto com a Biblioteca Pública de Chicago e a Biblioteca Pública de Aarhus. No entanto, tentamos realizar o nosso melhor para incluir muitos exemplos de diferentes contextos em todo o mundo.

## DURAMENTE PRESSIONADO PELO TEMPO?

Ao ler este *toolkit*, acreditamos que você possa experimentar o processo com base em múltiplas linhas do tempo. Se você tiver apenas uma hora, um dia ou um mês, não

terá tanto aprofundamento no processo, mas ajudará a começar. Se o seu tempo é limitado, recomendamos que pule para:

*Aquecimento:* Design – uma melhor viagem – localizado no Livro de Atividades, que o fará experimentar todas as fases do processo em menos de uma hora;

*Guia Prático:* um documento em separado, que você pode baixar a partir de: [www.designthinkingforlibraries.com](http://www.designthinkingforlibraries.com) que resume a abordagem de Design Thinking em poucas palavras.

## SENTINDO-SE PRONTO? SENTINDO-SE NERVOSO?

A verdade é que sabemos por experiência que qualquer pessoa pode aprender e usar o Design Thinking para criar impacto, necessitando somente de prática e de preparação. Com isso em mente, use as próximas três seções para ajudá-lo a preparar a sua biblioteca para o Design Thinking:

### 1. Uma conversa sobre Liderança

O argumento para utilizar o Design Thinking em bibliotecas, do ponto de vista de um líder.

### 2. A formação da equipe 101

Dicas para a criação de equipes de sucesso.

### 3. Hábitos + Logística

Formas de trabalho que facilitarão sua jornada no aprendizado sobre Design Thinking.



## SEU TEMPO ESTÁ LIMITADO? PULE PARA:

- No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 1, Atividade 5, página 10

# UMA CONVERSA SOBRE LIDERANÇA

Em colaboração com a IDEO, as equipes da Biblioteca Pública de Aarhus e da Biblioteca Pública de Chicago têm usado a abordagem de Design Thinking para melhorar a experiência do usuário. Na entrevista a seguir foi solicitado aos líderes das instituições para refletirem sobre o valor da abordagem e os conselhos que dariam para aqueles que são iniciantes no processo.

## Q: POR TER ADOTADO EM SUA BIBLIOTECA OS MÉTODOS DE DESIGN THINKING, QUAIS OS BENEFÍCIOS QUE CONSIDERA QUE SUA COMUNIDADE OU USUÁRIOS RECEBEM?

**Rolf (Aarhus):** Eu acho que os nossos usuários recebem dois benefícios principais: o primeiro é que suas necessidades e demandas são levadas a sério, e elas são ouvidas, tendo suas necessidades reconhecidas como recursos ativos em um processo de transformação da biblioteca. Não são meros consumidores passivos de serviços, portanto, é o que você poderia chamar de um benefício democrático. O segundo é que as ideias dos usuários são realmente transformadas em algo novo, ou melhor, em termos de serviços.

**Brian (Chicago):** Tem sido documentado que a inovação revolucionária, na maioria das vezes, acontece apesar dos esforços da organização para inovar. Novos serviços e produtos de sucesso são, muitas vezes, escondidos da vista de todos, sendo criados por acidente ou iniciados por líderes desonestos. A boa notícia para as bibliotecas é que apoiar a inovação não precisa ser caro ou altamente elaborado. Acreditamos que podemos desbloquear as melhores ideias dentro de nossas equipes, encorajando-as a envolverem-se profundamente com experiências da vida dos usuários. Design Thinking permite que a equipe se liberte da abordagem típica de solução de problemas, seguindo um roteiro que conduza a insights que, por sua vez, conduzam à ação. Já não temos que inventar um processo, cada vez que quisermos resolver um problema ou buscar uma nova ideia. A ênfase em Design Thinking sobre a experimentação de baixo custo nos permite testar ideias, sem grandes investimentos de tempo ou recursos. Já não precisamos construir um novo programa sem antes sabermos se ele será eficaz.

## Q: QUAIS FORAM OS BENEFÍCIOS DE SUA EQUIPE AO TRABALHAREM EM PROJETOS DE DESIGN THINKING?

**Rolf:** Os membros da equipe envolvidos em Design Thinking têm aprendido muito, em vários níveis. Aprenderam concretamente sobre projetos, por exemplo: como os usuários preferem a funcionalidade de certos pontos de serviços na biblioteca? Talvez o mais interessante é que eles tenham assimilado sobre como o papel do colaborador na biblioteca se transforma em um papel de facilitador. Com os métodos de Design Thinking, eles estão lá para ajudar a impulsionar novas perspectivas e ideias entre a equipe e os usuários.

**Brian:** Refletindo sobre o nosso primeiro ano trabalhando com a IDEO e Aarhus, podemos dizer, com certeza, que a nossa comunidade se beneficiou com os novos e revitalizados serviços como resultado desse compromisso. Um benefício que não havia sido plenamente antecipado foi o impacto positivo causado na nossa equipe e na cultura organizacional, na forma de incentivo à equipe, ferramentas e responsabilidades para explorarem novos serviços, gerando uma mudança de cultura. O sucesso e o fracasso, a partir dos quais nós também aprendemos, reforçaram a confiança na nossa capacidade coletiva de conduzir e criar uma base sólida para projetar o futuro da Biblioteca Pública de Chicago.

## Q: POR QUE VOCÊ ACREDITA QUE SEJA IMPORTANTE CONHECER E UTILIZAR DESIGN THINKING EM BIBLIOTECAS?

**Rolf:** Acredito que as bibliotecas podem aprender e se beneficiar grandemente, a partir de métodos que são desenvolvidos em outros

setores da sociedade. Eu também creio que as bibliotecas têm a vantagem de serem pioneiras em comparação a outras instituições do setor público, onde as demandas governamentais de uma cultura de 'não podemos falhar' pode colocar restrições sobre a capacidade de pensar fora da caixa.

**Brian:** Em resposta a um mundo em constante mudança, as empresas do setor privado têm usado design centrado no ser humano para resolver problemas difíceis e construir novos produtos e serviços. As organizações sem fins lucrativos e do setor governamental podem usar a mesma abordagem para enfrentar os desafios no âmbito dos respectivos ambientes. As bibliotecas públicas têm evoluído com sucesso para atender às mudanças do mundo e de muitas maneiras são mestres da evolução. Mesmo assim, temos de acelerar nossa evolução e é nesse ponto que o Design Thinking pode ajudar.

## Q: COMO LÍDER, QUAL SERIA O SEU CONSELHO MAIS IMPORTANTE A UM LÍDER DE BIBLIOTECA, CONSIDERANDO COMO APOIAR O DESIGN THINKING EM SUA INSTITUIÇÃO?

**Brian:** Se você está certo de suas prioridades e visão, Design Thinking é uma ferramenta poderosa para chegar onde necessita. Também pode ajudar a construir uma cultura organizacional necessária ao sucesso em longo prazo.

**Rolf:** Discutir com os membros da equipe como você gostaria de aplicar o Design Thinking: quais os temas ou questões relevantes? Em seguida, basta testá-lo com os usuários, não é tão difícil de usar e eu garanto que os resultados serão expressivos.

## INTRODUÇÃO

# PREPARAÇÃO: Construindo equipes 101

*Equipes fortes são os motores que impulsionam o Design Thinking para frente.*

No Design Thinking, o seu melhor trabalho será feito com uma equipe. Ao embarcar no processo, você pode usar este guia com um único praticante, mas é altamente recomendável trabalhar em grupo, a fim de aprender como se sente ao ser parte de uma equipe de projeto. Dessa forma, promovemos colaborações eficazes, que irão impulsionar o projeto ainda mais do que se estivessem em seu próprio país.

## TRABALHE DENTRO DE SUA ROTINA

Sabendo que seu tempo é limitado, considere reuniões de equipe para planejamento dentro da programação existente. A rotina irá ajudá-lo a encontrar tempo para comprometer-se com este exercício.

## COMECE COM POUCOS

A equipe trabalhará melhor se consistir de um grupo de duas a cinco pessoas. Alguns dizem que três membros na equipe é o número ideal, de modo que, se houver um desacordo entre duas pessoas, a terceira poderá ajudar a definir a questão. Em qualquer caso, começar em um grupo menor fará com que seja mais fácil coordenar os horários e tomar decisões. Se você sente que há pessoas fora da equipe, faça com que elas participem como “uma extensão da equipe principal” e envolva-os em *brainstorming*, sessões de *feedback* ou para ajudá-los a conseguirem se encaixar quando for mais útil.

“

Incentivar equipes distintas – sendo os membros da equipe representantes de diferentes áreas da biblioteca e por serem de diferentes origens e terem experiências que podem levar a colaborações criativas mais fortes e a muito mais.

*Sidsel Bech-Petersen, um transformador de bibliotecas – Aarhus Bibliotecas Públicas*

”

## ABRA OS OLHOS PARA A DIVERSIDADE

Selecionar pessoas que tenham diferentes perspectivas sobre um problema e, portanto, possam contribuir a partir de ângulos diferentes, será uma grande chance de se chegar a soluções surpreendentes. Os membros do seu grupo terão diferentes estilos de trabalho, personalidades e preferências para encontrar tempo para discutir essas diferenças em uma primeira reunião.

## INTRODUÇÃO: PREPARAÇÃO - CONSTRUINDO EQUIPES 101

### COMPARTILHE O LOCAL

Será mais fácil agendar um tempo juntos e se conhecerem se você e sua equipe já estiverem no mesmo local (ou pelo menos nas proximidades). Você também terá mais chance de conhecer e discutir o progresso de forma espontânea, se forem próximos.

### PERMITA-SE UM TEMPO SOZINHO

Enquanto a maior parte deste trabalho deve ser feita com uma equipe, certifique-se de se permitir um tempo de trabalho individual, a partir de um progresso solitário, significativo de pensamento, processamento e planejamento.

### SELECIONE UM LÍDER DE EQUIPE

Como uma equipe pensa sobre suas respectivas responsabilidades, restrições de cronograma e conhecimentos, o líder da equipe precisará:

- Facilitar discussões da equipe, garantindo que todos sejam ouvidos e resolver os conflitos;
- Estar familiarizado com este toolkit. Aconselhamos a leitura, através dos capítulos e das referências adicionais ao final de cada um deles;
- Monitorar o andamento do projeto e atualizar outras partes interessadas fora da equipe, se necessário.

Como líder da equipe, provavelmente gastará muito mais tempo do que os outros membros da equipe organizando seu grupo em torno de atividades de Design Thinking. Você também deverá considerar o seu nível de liderança, no que diz respeito à sua equipe. Não é adequado se apresentar tão superior, a ponto de os outros se sentirem intimidados a contribuir; no entanto, você deve ser experiente o suficiente em sua organização, ter profunda ligação com a comunidade e se sentir completamente capacitado para tentar algo novo.

### SELECIONE OUTROS PAPÉIS PARA SUA EQUIPE

Achamos que as equipes trabalham melhor quando todos têm responsabilidades e participações distintas sobre o conteúdo do projeto. Pense em outras funções para as quais as pessoas possam contribuir na sua equipe, dependendo de suas personalidades e afinidades individuais. Incluímos uma atividade que pode ajudar a determinar esses papéis. Veja a página 6 do Livro de Atividades.



*As equipes nas bibliotecas públicas de Aarhus incluíram 4-5 pessoas. Muitas vezes, uma mistura de não bibliotecários ou bibliotecários com diferentes áreas de foco podem garantir uma diversidade de perspectivas.*



### PRONTO PARA DETERMINAR AS ATRIBUIÇÕES DA EQUIPE??

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 1, Atividade 3, página 6.

## INTRODUÇÃO

# PREPARAÇÃO: Hábitos e Logística

**DESIGN THINKING PODE PARECER UM PROCESSO CONFUSO, MAS PEQUENOS HÁBITOS PODEM AJUDÁ-LO A MANTER CLAREZA E ORDEM.**

“

**E**nvolve a equipe em todo o processo, se as pessoas perdem diferentes partes do projeto é difícil se reunir para projetar mais tarde.

*Equipe de bibliotecas públicas de Aarhus, refletindo sobre o envolvimento da equipe*

”



*O espaço de projeto de uma equipe de Chicago consiste em uma mesa comum, materiais e um amplo espaço na parede para postar pensamentos e ideias.*

## INTRODUÇÃO: PREPARAÇÃO - HÁBITOS E LOGÍSTICA

### MANTENHA UM ESPAÇO PARA O PROJETO

O processo de Design Thinking requer um espaço para a sua equipe trabalhar, mas você não vai precisar de muito – até mesmo uma parede pode ser o suficiente. O espaço permitirá que armazene suas ideias e seus pensamentos em uma localização central e dará à equipe uma lembrança física do trabalho que tem sido feito. Use as paredes ou grandes placas perfuradas para as imagens inspiradoras ou as notas que fizer, a partir de sua pesquisa, para que a equipe possa estar continuamente imersa em seu aprendizado. Lembretes visuais compartilhados ajudarão a equipe a acompanhar o progresso e manter o foco no desafio. Se você se sentir preso, tente uma mudança de cenário e passe para um espaço diferente, caso as placas forem móveis.

### O TEMPO DA EQUIPE

Esclareça a equipe toda, antecipadamente, sobre o tempo que será preciso para o projeto. Crie convites no calendário e notifique outros colegas de fora da sua equipe principal com quem você trabalhará no projeto de design, para definir as expectativas em torno de sua programação. A maneira mais fácil de perder o foco é pular reuniões ou se sentir “puxado” em muitas direções. Planeje suas reuniões com a maior antecedência possível, se houver variações de uma semana para outra.

### MONTE UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Em sua primeira reunião, determine como você e sua equipe gostariam de se comunicar. Organize e anote informações com o contato de todos e preferências, quando estarão disponíveis e onde podem ser encontrados. Assim que começar a documentar seu projeto, você também pode criar uma plataforma digital semelhante para armazenar mídias e o progresso do projeto, como o *Google Docs*, um blog no *WordPress* ou *Tumblr*.

### VISUALIZE

Expressar suas ideias de forma visual é uma das etapas para o processo de Design Thinking. Quando articulamos ideias com fotos ou desenhos, em vez de palavras, aguçamos a imaginação dos outros a estabelecer ideias de uma forma mais significativa e memorável. As pessoas podem imediatamente compreender o que está acontecendo em uma imagem – elas podem apontar seus detalhes, interpretá-la de diferentes maneiras e facilmente construir uma ideia a partir dela.

### EXTERIORIZE

Exteriorizar as suas ideias que andam de mãos dadas com o visual. Externalização é sobre partilhar as suas ideias, pensamentos, dúvidas e preocupações. Em vez de escrever pensamentos em seu *notebook*, tente escrever em letras grandes em um post-it para um membro da equipe ver. Seus pensamentos não se perderão na conversa, uma vez que podem ser afixados na parede. *Post-its* ou pequenas notas também requerem um espaço limitado de palavras para que você não escreva um ensaio, forçando-o (e a outros) a escrever pensamentos da forma mais sucinta possível.

### DOCUMENTE CUIDADOSAMENTE

A fim de causar uma mudança real em sua biblioteca, você terá outras pessoas envolvidas no projeto, além de sua equipe principal; talvez a liderança ou a comunidade mais ampla à qual você servirá. Conte a história do seu trabalho, mostre o processo para criar impacto. Prepare-se para o sucesso, documente o seu projeto, tanto quanto você possa, ao longo do caminho. Pode ser útil nomear alguém de sua equipe como um contedista designado para registrar o progresso de cada reunião. Traga materiais para documentar o que for feito, como: caneta, papel, gravação de voz e, mais importante, uma câmera (ou celular com câmera) onde quer que vá; assim, você poderá capturar momentos importantes. Crie o hábito de carregar, organizar e legendar fotos ou mídias no fim de cada dia ou semana

*Boa sorte e divirta-se!*



# Referências



## LEIA

### **DESIGN THINKING PARA INOVAÇÃO SOCIAL**

[http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010\\_SSIR\\_DesignThinking.pdf](http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010_SSIR_DesignThinking.pdf)

---

### **AS DEZ FACES DA INOVAÇÃO**

<http://www.tenfacesofinnovation.com/tenfaces/index.htm>

---

### **DESIGN KIT**

<http://www.designkit.org/>

---

### **DESIGN CENTRADO NO SER HUMANO PARA INOVAÇÃO SOCIAL**

#### *Primeiros passos e leituras de Classe 1*

<http://plusacumen.org/human-centered-design-for-social-innovation-course-materials/>

## EXERCÍCIOS

### **CURSO D.SCHOOL CRASH**

<http://dschool.stanford.edu/dgift/>

---

## ASSISTIR

### **IDEO CEO TIM BROWN'S TED TALK**

[http://www.ted.com/talks/tim\\_brown\\_on\\_creativity\\_and\\_play](http://www.ted.com/talks/tim_brown_on_creativity_and_play)

---

### **FUNDADOR DA IDEO DAVID KELLEY'S TED TALK**

[http://www.ted.com/talks/david\\_kelley\\_how\\_to\\_build\\_your\\_creative\\_confidence](http://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence)

---

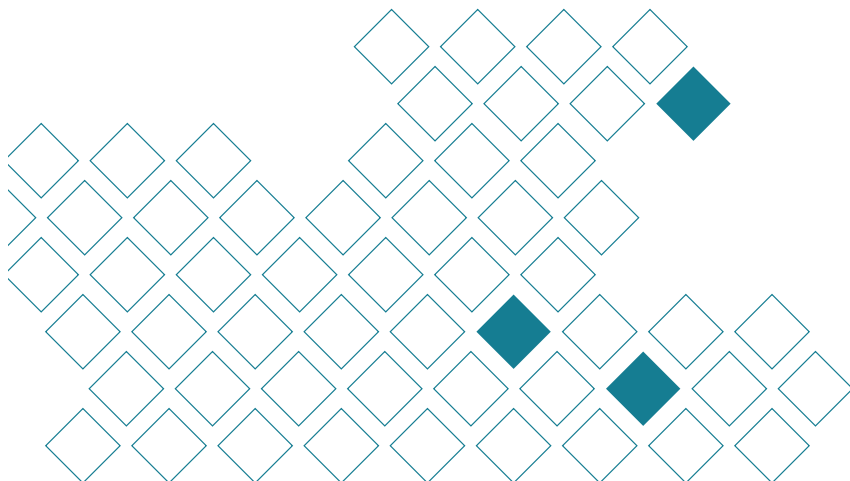
### **THE IDEO DEEP DIVE - SHOPPING CART VIDEO**

<http://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2P-CIcM>

---

### **CONFIANÇA CRIATIVA**

<http://www.designkit.org/mindsets/3>



CAPÍTULO

2

# INSPIRAÇÃO

Criar soluções significativas para a sua biblioteca começa por encontrar inspiração no mundo ao seu redor e alcançar uma profunda compreensão das necessidades das pessoas.

A fase de inspiração refere-se a escutar, observar e estar aberto para o inesperado. Embora possamos, às vezes, pensar sobre a inspiração a partir de algo que acontece conosco, inspiração no Design Thinking é uma exploração ativa com direito a preparação. A fase de inspiração irá capacitá-lo com novas experiências e perspectivas e lhe dará uma grande base para as próximas etapas do projeto.



# INSPIRAÇÃO

## Resumo

### PASSO 1

#### DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN *p. 28*

- Identifique o público-alvo *p. 29*
- Identifique o problema *p. 30*
- Trabalhando com restrições *pg. 32*

### PASSO 2

#### EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA *p. 34*

- Visão geral de métodos *p. 35*
- Use entrevistas *p. 37*
- Entreviste especialistas *p. 38*
- Observações *p. 39*
- Experiências de imersão *p. 40*
- Experiências análogas *p. 41*

### PASSO 3

#### PLANEJE SUA PESQUISA *p. 42*

- Prepare as entrevistas *p. 43*
- Como conduzir uma entrevista *p. 44*

### PASSO 4

#### DOCUMENTE DURANTE PESQUISA *p. 45*

- Seja organizado *p. 46*

#### ESTUDOS DE CASO *p. 47*

- Gutcheck *p. 47*
- Serviço de namoro chinês *p. 48*

#### REFERÊNCIAS *p. 49*

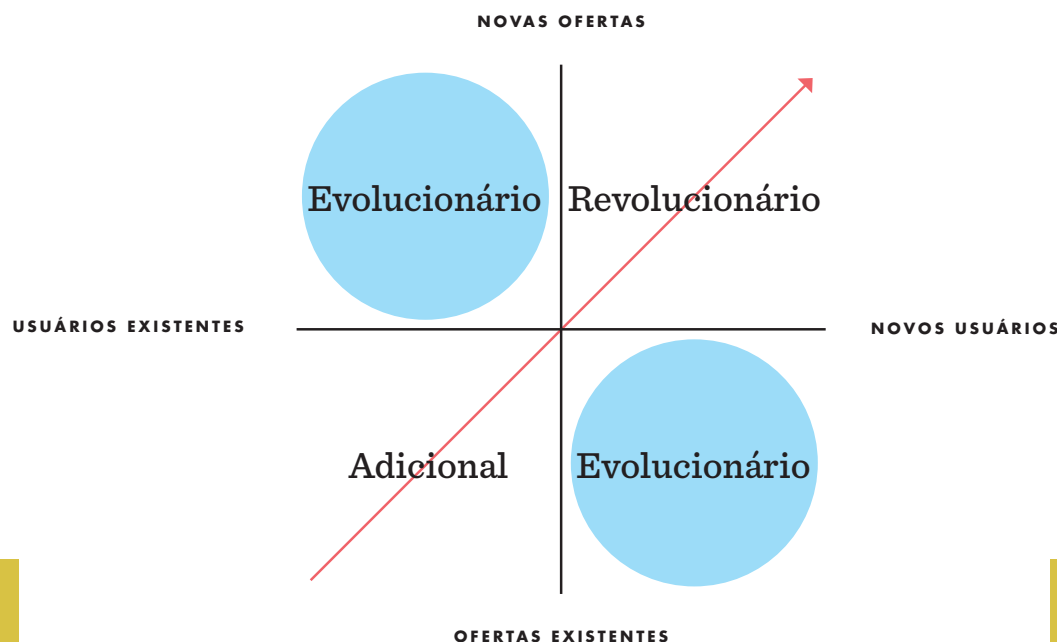
**PASSO 1**

# DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

O primeiro passo para encontrar inspiração é refletir sobre os tipos de desafios que foram adaptados para Design Thinking em bibliotecas: programas, espaços, serviços ou sistemas. Pode haver desafios operacionais a serem enfrentados, tais como: questões de falta de pessoal, prateleiras ineficientes ou o processo de aquisição de tecnologia. Não deixe que isso o desanime. A mudança é um processo que pode ser incremental, evolucionário ou revolucionário, dependendo do que você criar (a oferta) e para quem (os usuários). Ao iniciar o Design Thinking, recomendamos que tenha como objetivo criar soluções evolutivas, que significam o desenvolvimento de novas ideias para os usuários já existentes ou alavancar as ideias existentes para novos usuários.



PASSO  
1 de 4



Para definir o seu desafio, primeiro identifique um grupo de usuários e um problema a ser resolvido. A partir daí, você vai enquadrar o desafio na forma de uma pergunta e determinar um cronograma apropriado para o seu projeto.

## PASSO 1: DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

# IDENTIFIQUE O PÚBLICO-ALVO

O primeiro passo para a definição de seu desafio de design é identificar o público-alvo. O que aprendemos ao longo dos anos é que, quando você projeta algo com “todos” em mente, você não projeta para ninguém. O objetivo do Design Thinking não é criar um projeto de design de ‘tamanho único’, mas para se concentrar em um problema para um grupo específico de pessoas. Isso não quer dizer que outros grupos de usuários também não irão amar a sua ideia, mas, como ponto de partida para o projeto, será importante descrever um público-alvo específico e significativo.

### CONCENTRE-SE NAS QUESTÕES DOS USUÁRIOS, NÃO NAS SUAS

Voltando à ideia de design centrado no ser humano, é hora de voltar sua atenção para os seus utilizadores. Sabemos que você tem uma longa lista de questões que deseja abordar, mas para fins deste projeto, estamos nos concentrando em seus usuários. Pergunte a si mesmo: “O que preciso para atingir um grupo de usuários adolescentes?” versus “Como fazer para que mais adolescentes utilizem a biblioteca?” Se puder explicar por que é importante trabalhar em um desafio destinado a esse tipo de usuário, você estará pronto para começar.

### COMPORTAMENTOS vs. DEMOGRAFIA

O seu público-alvo deve ser definido com base no comportamento dos usuários e em seus dados demográficos. Demografia isolada, como: idade, sexo e nível socioeconômico não apresentam uma imagem muito ampla das pessoas. Descobrimos que as camadas mais profundas dos comportamentos, crenças e valores de um usuário fornecem subsídios muito mais ricos ao projeto. Exemplos de comportamentos incluem: a maneira com que as pessoas usam a tecnologia, a biblioteca, como interagem e assim por diante. Comportamentos tendem a sobrepor a demografia e são, geralmente, mais fáceis de projetar.

### COMECE COM UMA COMUNIDADE

Uma ótima maneira para definir comportamentos é identificar uma comunidade de pessoas em sua biblioteca. Exemplos de comunidades incluem: grupos que realizam reuniões de genealogia, crianças que visitam a biblioteca para a “hora do conto”, ou adolescentes que jogam videogames em computadores. Pense sobre as comunidades que conhece bem, grupos que encontra muitas vezes, ou que tenham provocado sua curiosidade. Você estará mais propenso a ter essas relações pessoais, em sua biblioteca local, em oposição a uma grande biblioteca central. Por isso, recomendamos situar o seu desafio em uma comunidade que você conheça bem.



Na Biblioteca Pública de Chicago, o público-alvo de um bibliotecário consistia de estudantes de língua inglesa, ilustrados aqui.



PASSO  
1 de 4

## PASSO 1: DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

# IDENTIFIQUE O PROBLEMA

Depois de ter selecionado o público-alvo, pense nos tipos de problemas que eles enfrentam na biblioteca. Em vez de focar na falta de recursos, considere o que deseja para o seu grupo de usuários. Pode ser que eles tenham um problema inerente. Por exemplo: se os seus usuários são “pessoas idosas que não sabem como usar computadores” o problema é óbvio, a partir dos comportamentos que identificou de imediato. Se são “pessoas que vêm até a biblioteca para reuniões de grupos de interesse em genealogia”, você pode começar a pensar sobre quais seriam os seus problemas. No que você poderia ajudá-los? O que considera um obstáculo ou uma fonte de frustração para eles? Talvez não tenham um acesso adequado aos arquivos de que precisam ou o espaço que eles usam não é bem projetado para as suas necessidades. Nesta fase inicial, será necessário definir um problema, mas tenha em mente que isso vai mudar, conforme você aprende. Comece a partir de alguma referência e esteja aberto para deixar o problema se desenvolver.

“

Coloque uma base sólida para seu projeto desde o início – escolha um grupo de usuários específico para se concentrar antes de se comprometer com qualquer outra coisa.

*Mark Kaplan, bibliotecário  
Bezazian da Biblioteca Pública de Chicago.*

”

### LÍDER DE EQUIPE

## DETERMINE UM ESCOPO REALISTA

Para definir uma equipe de sucesso, considere um escopo viável ao identificar um problema. Você pode ter sonhos sobre como melhorar as organizações, tornando-as menos burocráticas, ou para mudar a percepção generalizada da biblioteca. No entanto, a chave para a definição de um desafio é enquadrar um problema no tempo e nos recursos que você tem. Sentimos que esses grandes sonhos só podem ser resolvidos por meio de projetos, cuidadosamente, em escopos tangíveis. Depois de criar uma solução adequada a um projeto relativamente pequeno de design, você pode demonstrar o que é possível, e escalá-lo para ter um impacto mais amplo.

## DIMENSIONANDO A OPORTUNIDADE

Pense em como transformar o seu desafio em uma oportunidade. Fazemos isso por escrito, o que chamamos de: “Como poderíamos...?”. A amplitude e a profundidade dessa pergunta são cruciais: se você fizer uma pergunta muito ampla, não vai saber por onde começar. Faça uma pergunta mais sucinta e correrá o risco de ter a criatividade sufocada.



*Na Biblioteca Regional de Vinnytsia, na Ucrânia, uma equipe mapeia os possíveis desafios para seu público-alvo de usuários com deficiência*



## PASSO 1: DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

Aqui estão algumas simples orientações para seguir quando elaborar o seu desafio, combinando público-alvo e problema:

1. Concentre-se em um grupo de usuários específicos da biblioteca;
2. Certifique-se de que sua pergunta trata-se de um problema;
3. Deixe espaço para explorar oportunidades em várias soluções;
4. Certifique-se de que é viável concluir o projeto em 5-6 semanas (ou qualquer cronograma que tenha considerado apropriado com a sua equipe).

Aqui estão dois exemplos de questões de design que foram criados pelas equipes da Biblioteca Pública de Chicago. Incluímos versões de perguntas que são muito amplas e muito sucintas, e as versões finais que são mais apropriadas. Além disso, certifique-se de concentrar a pergunta no usuário.

### EXEMPLO 1

**Ampla:** Como poderíamos atrair adolescentes para a biblioteca?

**Sucinta:** Como poderíamos propiciar competências digitais para os adolescentes?

**Apropriada:** Como poderíamos criar serviços digitais relevantes para adolescentes carentes que visitam a biblioteca depois da escola?

O exemplo “amplo” sugere uma questão muito abrangente para responder a um projeto de design. Também é problemático porque se refere “à obtenção de um usuário para realizar algo” que você deve evitar na pergunta: “Como poderíamos?”. Design Thinking não é sobre controlar o seu utilizador, é sobre como fazer um trabalho melhor para suprir às suas necessidades. O exemplo “sucinto” é muito focado na solução e não no problema como um todo. Uma pergunta para um projeto bem-sucedido permite a exploração de múltiplas possibilidades para uma solução. Além disso, as perguntas não consideram o comportamento dos usuários; a frase “para adolescentes” não é indicativa de suas necessidades. O termo “relevantes” se concentra em um grupo de usuários específicos e no comportamento deles na biblioteca para a resolução de um problema e oferece o potencial para explorar várias soluções. Também foca o suficiente para que você possa, profundamente, explorar a questão sobre 5-6 semanas do cronograma.

### EXEMPLO 2

**Ampla:** Como poderíamos incentivar mais o uso de jogos na biblioteca?

**Sucinta:** Como poderíamos incentivar as crianças a brincarem com fantasias durante eventos de contação de histórias?

**Apropriada:** Como poderíamos introduzir mais jogos em eventos da biblioteca para as crianças que não podem utilizá-los na escola?

Você pode observar os mesmos padrões neste exemplo. O “amplo” no exemplo não é adequado em um curto espaço de tempo; o exemplo “sucinto” é muito focado em uma solução direta, e não o suficiente sobre o problema maior. O “apropriado” abre possibilidades a múltiplas soluções e demonstra a necessidade deste grupo de usuários em particular.



## PASSO 1: DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

# TRABALHANDO COM RESTRIÇÕES

Agora que você já pensou em um grande desafio de design, é hora de considerar algumas restrições que esteja enfrentando. Elas podem parecer assustadoras, mas aprendemos, ao longo dos anos, que os melhores projetos nascem de difíceis restrições. O que parece ser um conjunto de limitações pode, realmente, ajudar a diminuir e se concentrar nos verdadeiros desafios. Restrições também podem ajudar a perceber outras opções criativas que, sem elas, não seriam normalmente consideradas.

### ORÇAMENTO

Este pode ser o maior obstáculo. Aqui estão algumas perguntas que o auxiliarão a pensar sobre o projeto:

- Você tem um orçamento? Se sim, quanto?
- Você precisa captar recursos para completar o seu projeto? Se sim, onde e como pode obter isso?
- A equipe tem o talento necessário ao projeto?
- Você precisará alocar dinheiro para a contratação de ajuda externa para completar o projeto?
- Pense no que pode construir. Você precisa reservar um orçamento para isso?
- Como parte da pesquisa, o que você precisa para incentivar os participantes a se engajarem no projeto? Talvez considerar cartões-presente ou um café como um pequeno gesto de agradecimento?

### MATERIAIS

Faça um balanço das fontes existentes, tecnologia e ferramentas de que você já dispõe, a fim de tornar a sua solução de design possível. Considere:

- Quais tipos de fontes para prototipagem você tem ou pode precisar? (*Papel, cola, fita, tesouras, canetas etc.*);
- Quais ferramentas tecnológicas você tem ou pode precisar? (*Telefones, computadores, impressoras etc.*);
- Que outros materiais você já tem ou pode precisar? (*Gravador de áudio para entrevistas, post-its, placas grandes para a exibição de post-its, notebooks para os membros da equipe etc.*)



Na Biblioteca Pública de Aarhus, os bibliotecários organizaram caixas para que canetas, fitas e outros materiais estivessem sempre disponíveis





## PASSO 1: DEFINA UM DESAFIO DE DESIGN

### FORMAÇÃO DE EQUIPE

No Capítulo 1, falamos sobre formação de equipe e em como criar equipes fortes. Além de ter uma equipe interdisciplinar, esteja pronto para mudá-la ou para substituí-la ao longo do projeto. Isso é normal. Tente manter o mesmo pessoal da equipe, mas fique atento para considerar outros especialistas, se necessário. Faça a si mesmo as seguintes perguntas:

- Quanto tempo cada pessoa pode, razoavelmente, se dedicar a este projeto? Como os membros da equipe poderão ter diferentes níveis de responsabilidades com base nas restrições existentes?
- Será que a equipe precisa trabalhar fora do horário normal de expediente? Como eles poderiam ser incentivados a fazê-lo?
- Como os membros da equipe dedicam o tempo para esse projeto e como outras pessoas poderiam ajudá-los em suas funções? Alguém precisa aprovar a participação dos membros da equipe nesse projeto como a equipe de liderança da biblioteca?

### CRONOGRAMA

A criação de um plano de trabalho sólido e de um calendário viável com metas é uma parte crítica do escopo delimitado do processo. Na IDEO, gostamos de imprimir grandes cartazes do calendário que delineiam prazos, datas de viagem, reuniões intercaladas, férias e muito mais, de modo que esses fatores do cronograma sejam visíveis por todos da equipe. Pense sobre as perguntas abaixo, como você planejará seu cronograma:

- Você tem uma data de início para o projeto?
- Você tem um prazo de entrega para quando quiser testar a sua primeira solução?
- Você tem datas e etapas principais a serem priorizadas?
- Qual é a flexibilidade em seu cronograma? As coisas nem sempre saem como planejado!

Por fim, sobre a duração de tempo dedicado ao projeto: sugerimos que você dedique de 4-8 horas por semana, durante 5-6 semanas, que é uma estimativa aproximada com base no número de horas que antecipam leituras e atividades a serem realizadas. Embora não seja uma quantidade insignificante de tempo a cada semana, sabemos, por experiência, que é imprescindível manter o ritmo durante todo o processo, especialmente quando você está se dedicando a aprender novos conceitos, sendo muito importante permanecer na tarefa e estar focado nos objetivos, ao lado de seus companheiros de equipe para que as ideias possam realmente emergir.



PASSO  
1 de 4



### PRONTO PARA DEFINIR O DESAFIO DO PROJETO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 2, Atividade 1, página 16

## PASSO 2

# EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

Ao contrário de pesquisas no cenário das bibliotecas, a pesquisa em Design Thinking diz respeito a escutar, observar e estar aberto ao inesperado. O projeto de design, como o chamamos, refere-se a abrir possibilidades em vez de validar ou fornecer evidências. Com direito a preparação, essa fase pode inspirá-lo ao novo, a novas perspectivas sobre o seu desafio e lhe ofertar uma grande base para as próximas etapas do projeto.

Na fase de pesquisa, você planejará e realizará indagações minuciosas para compreender melhor os usuários e o problema, o que levará a novas descobertas e ideias. Esteja pronto e aberto a descobertas surpreendentes sobre a sua biblioteca, seus usuários, e os problemas que pretende resolver. Esperamos que essa pesquisa o inspire a ver a sua biblioteca com um novo olhar.

“

**I**novação começa com as pessoas, não com as ideias. Aprender com os usuários em primeiro lugar é fundamental. As pessoas estão na vanguarda deste processo. Ao dedicar o tempo para entrevistar e observar os nossos usuários, podemos aprender o que é realmente importante para eles. Permanecemos relevantes e colocamos nossa energia e nossos recursos onde vemos o maior impacto.

*Equipe da Biblioteca Pública de Chicago, refletindo sobre suas pesquisas.*

”



PASSO  
2 de 4



*Yulia, bibliotecária da Ucrânia, queria entender melhor as necessidades dos usuários com deficiência. Sua equipe visitou um centro de reabilitação local e discutiu os hobbies e interesses dos usuários durante o almoço.*

## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Visão Geral dos Métodos

Em seu projeto, você provavelmente usará a maioria dos métodos de pesquisa listados abaixo. Você também pode querer incorporar métodos adicionais, incluídos no fim de nossa lista. Cada projeto exige uma abordagem diferente para pesquisar, mas para começar, recomendamos que comece com estes métodos principais.

Os métodos principais o ajudarão a ter uma compreensão mais profunda do usuário como pessoa, por meio de conversas, observações, e, literalmente, colocando-se no lugar dele. Tenha em mente que as pessoas nem sempre fazem o que dizem, e nem sempre dizem como se sentem. É o seu trabalho, enquanto realiza a pesquisa, tentar reconhecer as nuances e as contradições para compreendê-las, tanto quanto possível.



## MÉTODOS DE PESQUISA



### ENTREVISTAS COM OS USUÁRIOS

Um dos fundamentos do Design Thinking é entender o usuário. Por meio de entrevistas, você pode capturar necessidades, valores e crenças dos usuários. Para realizá-las, pense em quem você projetará, e considere o líder da biblioteca, a equipe e a comunidade.

**Utilize essa opção quando:**

Precisar de uma compreensão básica das necessidades, dos valores e das crenças dos usuários. Essas entrevistas são ideais no início do projeto.



### EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS

Esse método, que permite empatia com o seu usuário, também é conhecido como observação participativa. Imergindo-se em uma nova experiência, você pode entender melhor as motivações, os pensamentos e os sentimentos dos usuários num determinado momento. Por exemplo, se você estivesse projetando para uma pessoa cega, você poderia mergulhar nessa experiência, tentando executar tarefas simples com os olhos vendados.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser vivenciar uma profunda empatia com o seu usuário, e ver a sua biblioteca através de seus olhos.



### ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS

Entrevistas com especialistas são uma ótima maneira de aprender rapidamente várias informações sobre o seu problema. Pense em quem são os pesquisadores ou organizações inspiradoras no cenário de seu Design Thinking.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser obter rapidamente uma compreensão melhor do problema em que está trabalhando. Essas entrevistas são ideais no início do projeto.



### SOLUÇÕES ANÁLOGAS

Experimentar soluções análogas pode ajudar a ver o seu desafio sob nova perspectiva: considerando atividades, emoções e comportamentos que compõem a experiência de seu desafio. Em seguida, olhe para soluções fora da biblioteca que tenham aspectos em comum com o seu desafio. Por exemplo: se você estiver pensando sobre uma introdução a brincadeiras em eventos da biblioteca, você poderá visitar um museu para crianças, uma loja de brinquedos, um show de marionetes, entre outros.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser explorar o seu problema de um ponto de vista diferente.



### OBSERVAÇÃO

Muitas vezes, as pessoas dizem e fazem coisas muito diferentes. Enquanto as entrevistas o ajudam a entender valores e crenças dos entrevistados, a observação pode revelar comportamentos reais. Ao observar: tome nota das expressões faciais de uma pessoa, a linguagem corporal, o estilo de andar, e como interage com os outros e o mundo.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser entender melhor as necessidades e os comportamentos reais dos usuários.



PASSO  
2 de 4

## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Visão Geral dos Métodos

### MÉTODOS DE PESQUISA ADICIONAIS

A coleção de métodos de pesquisa do design é ampla, diversa e sempre crescente. Além dos métodos fundamentais, sinta-se livre para experimentar os métodos adicionais a seguir. Eles podem ajudá-lo a aprimorar conhecimentos específicos que você gostaria de aprender e podem ser grandes complementos às suas conversas com os usuários.

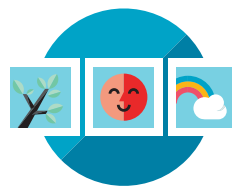


#### DIÁRIO PESSOAL

Peça aos usuários para que anotem reflexões de determinados momentos ou temas no fim do dia. Isso lhes fornecerá tempo para pensar de forma pessoal e ininterrupta.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser aprender sobre a experiência do usuário durante um longo período de tempo.



#### ENSAIO FOTOGRÁFICO

Ofereça aos usuários uma câmera descartável e uma lista de objetos e/ou experiências para fotografar durante o dia todo. Isso fornece aos participantes uma perspectiva visual em primeira mão, descobrindo o que é importante para eles em parte de sua vida cotidiana. Você terá acesso a “um dia visual” da vida do usuário.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser comparar e contrastar as diferentes experiências e realidades diárias de um grupo de usuários.



#### MAPA DE JORNADA

Peça aos usuários para criarem uma linha do tempo de uma experiência pessoal. Eles deverão mapear como se sentiram em diferentes pontos, ao longo do caminho. Use o mapa como um ponto de partida visual para a conversa.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser discutir um sistema complicado ou uma série de interações com o usuário. (O processo de compra de um carro é um bom exemplo).



#### CARDSORTING

Crie uma série de cartões com uma única palavra ou imagem e peça para os usuários priorizarem o que é mais ou menos importante, interessante ou relevante para eles.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser restringir os usuários a um conjunto de ideias, ou quando quiser entender os padrões de julgamento de valor entre eles.



#### CONCEITOS

Estes são uma série de desenhos e conceitos que acompanham explicações. Conceitos podem ser discrepantes, destinados a incitar uma forte reação, ou as primeiras ideias para começar a construir protótipos.

**Utilize essa opção quando:**

Quiser *feedback* antecipado sobre por que os usuários gostam ou não gostam de certas características.



### PRONTO PARA LISTAR IDEIAS PARA OS MÉTODOS DE PESQUISA?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 2, Atividade 2, pág. 20



**PASSO**  
**2 de 4**

## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# ENTREVISTAS COM OS USUÁRIOS

O princípio fundamental do Design Thinking é simples: aprendemos com as pessoas. Enquanto você tem o próprio ponto de vista, pressupostos, interesses e objetivos é importante deixá-los temporariamente de lado para aprender com outras pessoas. Esta abordagem o incentiva a passar mais tempo com as pessoas e ganhar uma percepção mais profunda e inspiradora sobre a vida delas. Sabemos também que pode ser intimidante abordar pessoas que você não conhece e fazer uma infinidade de perguntas. Mas tudo isso se torna mais fácil com a prática e a preparação. Aqui é onde começa.

### BRAINSTORMING PARA ENCONTRAR OUTROS PERFIS

As entrevistas com usuários são essencialmente conversas com pessoas que fazem parte de um grupo que você gostaria de entender melhor para o desenvolvimento do seu projeto. Imagine um mapa com todos os perfis de opiniões e um ponto de vista sobre o seu desafio de design, tais como: funcionários da biblioteca e organizações comunitárias locais. Escolha com quem você quer aprender e como deseja entrar em contato com eles.

### PENSE OS EXTREMOS

Normalmente as pessoas escolhem um determinado público-alvo para pensar sobre design, mas identificar e entrevistar indivíduos que estejam extremamente familiarizados ou que desconheçam totalmente um produto ou serviço pode destacar questões-chave do desafio e fornecer informações valiosas para a melhoria. Imagine pessoas com as quais talvez você queira conversar e que representem comportamentos extremos: usuários fantásticos, não usuários, leais, céticos ou campeões, por exemplo.

### PLANEJE A INTERAÇÃO E A LOGÍSTICA

Refleta sobre como exatamente você quer que a interação com o usuário se apresente. Onde você quer encontrá-lo? Existe alguma atividade que vocês podem desenvolver juntos para enriquecer a conversa? Quais perguntas você fará a ele? As entrevistas geralmente duram cerca de 45-60 minutos, e sugerimos não mais do que três pessoas presentes na ocasião.

### RECRUTE PARTICIPANTES

Você precisará se conectar com as pessoas que deseja entrevistar. Não tema procurá-las nas redes pessoais – pergunte a seus amigos, familiares e outros colegas que possam ter uma rede mais extensa, para ver quem estaria interessado em ajudar em seu projeto. Você também pode recrutar usuários da biblioteca. Mesmo que não os conheça, as pessoas geralmente ficam interessadas em compartilhar o que sabem, especialmente se você lhes disser que seu objetivo é criar mudanças positivas na biblioteca. Uma maneira de aumentar o interesse é oferecer um incentivo, como um certificado de presente, um café ou qualquer outro pequeno gesto de agradecimento.

### EXEMPLO

Uma equipe da Biblioteca Pública de Aarhus estava trabalhando no propósito de entender as necessidades relacionadas ao uso da tecnologia na biblioteca. Eles se conectaram à rede social para recrutar uma variedade de usuários, alguns que eram tecnologicamente experientes e outros que tinham pouca experiência com a tecnologia, como o usuário retratado aqui. Eles enviaram e-mails para amigos e familiares e conseguiram vários participantes para as entrevistas. Conduziram entrevistas de uma hora com os usuários na casa deles para aprender sobre as necessidades relativas à tecnologia na biblioteca. Como parte da entrevista, a equipe de design pediu para examinar os telefones dos usuários e quaisquer outros dispositivos que eles usavam regularmente. No fim da entrevista, eles deram aos participantes dois ingressos de cinema gratuitos.



PASSO  
2 de 4

## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Entrevistas com especialistas

Entrevistas com especialistas são exatamente como se apresentam: entrevista com alguém que tenha profundo conhecimento em uma área que seja parte integrante do seu projeto. Especialistas podem ser especialmente úteis quando é preciso aprender sobre uma grande quantidade de informações, em um curto espaço de tempo, ou se você deseja saber o que é de ponta dentro de um campo. Use sua própria rede para encontrar especialistas que irão inspirá-lo. Simplesmente envie e-mails às pessoas e veja se elas estão dispostas a falar com você, ou conectá-lo com outros especialistas.

### ESCOLHA O SEU ÂNGULO

Escolha especialistas com base em seu objetivo. Você está procurando alguém com uma opinião radical, ou você quer ganhar uma visão mais histórica do que está realizando, ou mesmo do que não tem? Obtenha opiniões diferentes para equilibrar suas informações.

### EXEMPLO

Para um projeto sobre o futuro das bibliotecas públicas, a IDEO entrevistou um professor e um bibliotecário da Universidade de Chicago, *Mansueto Library*. Sua biblioteca tem duas partes: uma delas se destina à coleção clássica de monografias, e a outra é um sistema maciço de armazenamento subterrâneo que disponibiliza livros usando recuperação automática. Esse sistema subterrâneo é para livros raros. Dos peritos, aprendemos um ponto de vista interessante sobre o futuro das bibliotecas. Eles sentiram que, embora as monografias possam eventualmente estar inteiramente disponíveis digitalmente, ainda haverá uma necessidade de livros raros e especiais impressos em bibliotecas. Isso torna os sistemas de armazenamento, como o da Mansueto especialmente importante para o futuro do livro.



### ESTABELEÇA UMA CONVERSA PRODUTIVA

Planeje cuidadosamente como deseja que a conversa flua. Considere pedir ao especialista para ajudá-lo ativamente a trabalhar em um conceito inicial. O uso de ferramentas de videoconferência como o skype permitirá que você compartilhe e desenvolva conceitos visuais em tempo real.

### EXEMPLO

Para um projeto sobre o envolvimento de adolescentes na Biblioteca Pública de Chicago, a equipe de bibliotecários entrevistou o diretor de Serviços para Adolescentes da própria biblioteca, Jeremy Dunn, no escritório dele. Certifique-se de considerar colegas de trabalho em sua biblioteca como possíveis especialistas para a entrevista.



## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Observações

A observação é uma parte importante do Design Thinking, porque as pessoas podem dizer uma coisa e depois fazer outra. Na verdade, muitas vezes as pessoas desconhecem os atos que realizam. Tudo que você puder apreender sobre as motivações e os valores de uma pessoa em uma entrevista de usuário será útil para entender o comportamento real através da observação. A observação pode se tornar uma de suas melhores ferramentas para o Design Thinking. A chave é manter seus olhos abertos ativamente e olhar para o que os seus usuários estão fazendo, dentro e fora da biblioteca.

### PLANEJE SUAS OBSERVAÇÕES

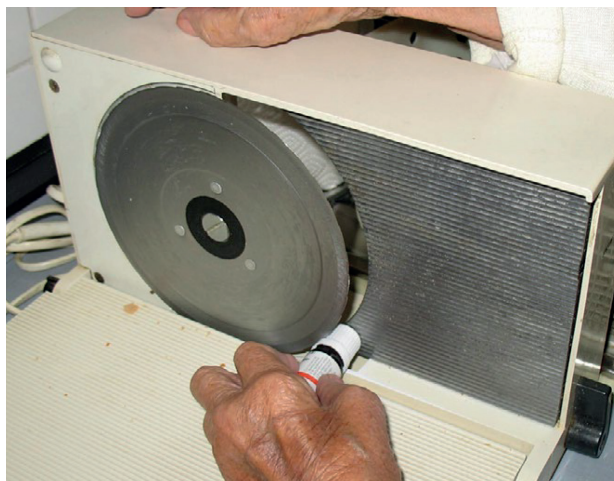
Escolha um grupo, evento ou atividade que você gostaria de observar. Ou se você trabalha diretamente com os usuários, passe algum tempo observando comportamentos relevantes para o projeto; pode ser durante uma entrevista. Peça às pessoas para mostrar como elas agem e mantêm a rotina diária. Fique atento para qualquer coisa interessante ou inesperada.

### REFLITA SOBRE O QUE OBSERVOU

Imediatamente após a sua observação, reflita sobre os momentos que considerou mais interessantes. Capture-os nos post-its ou em seu caderno, para que você possa compartilhar com sua equipe de uma maneira precisa, vívida e visual.

### EXEMPLO

Em um projeto de saúde na IDEO, entrevistamos uma mulher que estava tomando vários medicamentos prescritos. Como era artrítica, o entrevistador perguntou se ela tinha dificuldade para abrir a medicação. Ela respondeu: “não”. O entrevistador pediu para ela mostrar como fazia para abrir os medicamentos. Ela, então, usou um moedor de carnes para abrir a tampa dos remédios. Este foi um aprendizado importante para a equipe, porque a mulher tinha encontrado uma solução para facilitar a abertura de suas medicações, embora fosse uma solução muito extrema. Eles nunca teriam aprendido isso, se não tivessem observado o comportamento real da entrevistada.



PASSO  
2 de 4

## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Experiências Imersivas

Experiência imersiva, também conhecida como observação participativa, é praticada por etnógrafos e é muito útil para o Design Thinking. É uma excelente oportunidade para criar empatia com os seus usuários e entender o mundo, do ponto de vista deles. Embora você não possa passar um fim de semana com os seus usuários, você pode se programar para encontrá-los em um ambiente que seja conhecido ou da rotina deles.

### NOVO OLHAR

Por trabalhar em uma biblioteca diariamente, você desenvolveu hábitos e perspectivas arraigados. Uma ótima maneira de trazer um novo olhar à rotina do seu dia a dia é se colocar no lugar do usuário. Passe um dia como se fosse ele na biblioteca: procure um livro, use o computador ou se dirija aos espaços que geralmente não visita. Se estiver trabalhando com crianças, olhe ao redor, a partir do ponto de vista dela. Se você estiver trabalhando com pessoas que usam cadeira de rodas, tente contornar a cidade ou a biblioteca em uma delas. Essas experiências mudarão a maneira como você vê o mundo.

### NOVAS EXPERIÊNCIAS

Outra opção é procurar novas experiências que possam ajudá-lo a criar empatia com os usuários. Por exemplo: se você está procurando novas ideias sobre maneiras de fornecer opções de alimentos mais baratos e saudáveis para pessoas interessadas, você pode visitar uma cafeteria de baixo custo ou um restaurante de fast food durante o seu almoço. Espere na fila, peça uma refeição e observe o espaço ao redor.

### EXEMPLO

Em um projeto sobre o aumento de renda de pequenos agricultores para o IDE na Etiópia, a equipe de design da IDEO passou a noite em Arsi Negelle, e lavrou os campos da família, na manhã seguinte. Durante a noite, a equipe conseguiu ir além das histórias comuns que as pessoas contam às ONGs e, em vez disso, aprendeu sobre os planos íntimos de um fazendeiro para o futuro.



PASSO  
2 de 4



## PASSO 2: EXPLORE MÉTODOS DE PESQUISA

# Experiências análogas

Você provavelmente está familiarizado com o conceito de uma analogia. É um processo de pensamento associativo, que permite a transferência do significado de um assunto para outro. A pesquisa análoga utiliza a inspiração de um contexto ou de uma experiência diferente que não esteja relacionada ao assunto de seu projeto, de modo que possa ajudá-lo a ter uma nova perspectiva.

### BRAINSTORMING DE EXPERIÊNCIAS ANÁLOGAS

Pense em experiências que estão fora da sua área de atuação, mas que de alguma forma tenham alguma conexão com o seu objetivo de pesquisa. Por exemplo, se o seu objetivo é criar uma comunidade, pense em grupos que obtiveram sucesso fazendo isso. Uma equipe que trabalha na intenção de criar uma comunidade para um projeto de uma faculdade on-line entrevistou um ex-*Navy SEAL* para entender como eles estruturaram campos de treinamento para criar vínculos intencionais entre os recrutas.

Pergunte a si mesmo quais são os diferentes papéis que a biblioteca desempenha. No contexto do desafio que você gostaria de resolver, quais são os problemas ou as situações análogas existentes que poderiam inspirá-lo?

#### EXEMPLO 1

Considere a biblioteca como um 'terceiro lugar'. Um terceiro lugar é um espaço social

Exemplo 1



separado da casa e do local de trabalho. Quais são os outros terceiros lugares que você poderia explorar? Talvez uma cafeteria ou um centro comunitário.

Considere a biblioteca como um centro de aprendizagem. Neste contexto, um cenário análogo poderia ser um museu, um centro cultural, ou mesmo uma escola.

Outras configurações análogas que poderíamos imaginar para as bibliotecas são playgrounds, mercados, cafeterias com internet, jardins comunitários e parques.

#### EXEMPLO 2

Para um projeto de Design Thinking em uma biblioteca na Dinamarca, a IDEO explorou atividades com crianças e famílias. Eles consideraram a biblioteca como um espaço para exposições interativas; então, decidiram visitar o museu local para se inspirar. No museu, encontraram exposições interativas destinadas a adultos, mas expandidas ao público infantil, e eles encontraram um espaço criativo, envolvente para crianças e adultos participarem de projetos de artes e oficinas.



## PASSO 3

# PLANEJE SUA PESQUISA

Uma ótima maneira de começar a se preparar para a pesquisa é criar uma lista de desejos do seu plano ideal. Pense nos métodos que melhor o ajudarão a entender os usuários e a responder perguntas. Comece escolhendo o método de pesquisa e veja como poderá documentá-lo: se você está fazendo suas observações na biblioteca, poderá, provavelmente, tirar fotos e filmar. Se estiver fazendo suas observações em um website, talvez seja necessário obter permissão para tirar fotografias e filmar.

Uma maneira de nos prepararmos para essas experiências é fingir que somos turistas visitando outro país pela primeira vez. Imagine que você é novo em sua biblioteca para que possa vê-la sob um novo olhar.

## PERGUNTE SEGUINDO AS PESSOAS AO SEU REDOR

Como parte de sua entrevista, você pode ter uma experiência imersiva ao pedir para acompanhar alguém, durante o seu dia ou rotina. Aproveite para fazer perguntas sobre o que a pessoa está fazendo no decorrer do processo.

## COLOQUE-SE NO LUGAR DO USUÁRIO

Em vez de acompanhar alguém e se você experimentasse ficar na biblioteca como se fosse um usuário? Por exemplo: você poderia participar de uma oficina, procurar um livro, escrever ou ler na biblioteca durante o dia. Tente ver sua biblioteca do ponto de vista do usuário.

## CAPTURE O QUE VÊ

Fotografe e anote tudo o que você vê, ouve, sente, cheira e gosta durante uma visita de campo. Capture citações diretas, sempre que possível. Anote seus pensamentos imediatos sem se preocupar com uma interpretação.

## FOTOGRAFE

As fotografias ajudam a lembrar com quem você conversou e o que viu. Fotografias tiradas durante as entrevistas tornarão sua pesquisa mais visual, significativa e fácil de se lembrar e navegar. Sempre pergunte aos entrevistados se é possível tirar fotografias, e nunca as use para outra coisa além do projeto interno.

“

Os passeios de campo foram valiosos. Conseguimos nos inspirar e nos abrir a novas ideias. Aprendemos que a mudança não precisa ser tão difícil. Ao preparar sua lista de desejos, saiba que essas viagens valem o tempo que levam para chegar lá e ver o que outras organizações estão fazendo. Saímos inspirados e entusiasmados com as possibilidades da CPL.

*Equipe da Biblioteca Pública de Chicago, refletindo sobre pesquisas.*

”



PASSO  
3 de 4



## PRONTO PARA O PLANEJAMENTO DE PESQUISA?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 2, Atividade 4, pág. 23

## PASSO 3: PLANEJE SUA PESQUISA

# Prepare as entrevistas

As entrevistas são essencialmente conversas, mas isso não significa que elas sejam fáceis. Ao falar com os participantes da pesquisa, tente fazê-los se sentirem à vontade, como se vocês estivessem tomando café juntos. Pode ser surpreendente, mas realizar uma entrevista com um tom casual exige uma preparação rigorosa.

Depois de agendar as entrevistas, planeje o que quer obter, pois entrevistas são conversas e você não quer que elas sejam excessivamente formais, mas facilitará o seu processo se tiver uma lista de perguntas. Elas funcionam como uma referência para garantir que contemple todos os tópicos para a discussão, mas você sempre pode fazer perguntas que não estejam incluídas no roteiro de discussão.

### IDENTIFIQUE OBJETIVOS

Como equipe, reflita sobre o objetivo do seu desafio de design. Faça algumas perguntas básicas: Por que estou fazendo a pesquisa? O que estou tentando descobrir? Saiba que a parte mais valiosa em criar um roteiro de discussão é o pensamento dentro dele.

### ORGANIZE SUAS PERGUNTAS

Uma boa regra é começar com perguntas fáceis, então vá fundo. Isso dará ao entrevistado tempo para se sentir confortável com você.

- Reúna dados demográficos relevantes em primeiro lugar. Pergunte às pessoas a idade delas, o que fazem para viver, se têm filhos etc.

- Comece com perguntas simples, porém importantes. Você deseja capturar ideias amplas antes de se aprofundar nos detalhes. Por exemplo: se estiver entrevistando alguém que faz parte de uma família que usa a biblioteca, comece dessa maneira: “Fale-me por que você leva seus filhos à biblioteca?” ou “Como foi a última visita que sua família fez à biblioteca?”.

- Aprofunde: Faça perguntas sobre esperanças, medos e ambições. É melhor que essas perguntas sejam abertas, pois se referem sutilmente ao seu desafio de design. No exemplo de uso da biblioteca pela família, mais tarde, na entrevista, você pode fazer perguntas como: “Quais são suas esperanças e sonhos para seus filhos?”

### PERGUNTAS ESTRATÉGICAS

Faça questões de forma aberta. Isso o ajudará explorar ainda mais o seu desafio, além dos temas interessantes que você descobre durante as conversas de maior profundidade.

### TENTE PERGUNTAS COMO:

- “Conte-me sobre uma experiência...”
- “Conte-me a história de...”
- “Conte-me sobre a última vez que você...”
- “Quais são as melhores/piiores partes sobre...?”
- “Você pode me ajudar a entender melhor sobre...?”

Incentive as pessoas a contarem a história delas e evite perguntas que levem a respostas fechadas de sim/não.





# COMO CONDUZIR UMA ENTREVISTA

*Depois de recrutar participantes, você precisará entrevistá-los. Aqui estão diretrizes gerais para seguir.*

## **ESTABELEÇA CONFIANÇA COM OS ENTREVISTADOS**

Crie uma atmosfera de confiança. Inicie a conversa de forma espontânea. Fale sobre um assunto que não esteja relacionado com a pesquisa para fazer o entrevistado se sentir confortável, isto é, quebre o gelo. Esteja atento ao espaço em que se encontra, e certifique-se de ter um nível adequado de privacidade.

- *Escute pacientemente, não interrompa e permita realizar pausas para dar aos participantes tempo para pensar;*
- *Use gestos não verbais, tais como: contato visual, balance a cabeça e sorria para tranquilizar os participantes que estão envolvidos. Mantenha o interesse no que eles estão dizendo;*
- *Incentive os participantes a demonstrarem de forma clara o que estão dizendo. Peça aos participantes que mostrem o objeto ou o espaço do qual estejam falando;*
- *Peça aos participantes que façam um desenho sobre o que estão falando;*
- *Tente perguntar “por quê?” em resposta a perguntas consecutivas.*

## **SAIBA O QUE PROCURAR**

Procure por indícios que revelem com o que as pessoas se importam e tenha em mente que elas podem se contradizer. O que as pessoas “dizem” é muitas vezes diferente do que elas realmente “fazem”.

· *Procure pistas nas coisas que cercam as pessoas ou na maneira como elas se conduzem;*

· *Observe as soluções, alternativas e os ajustes que as pessoas fazem para tornar um sistema ou uma ferramenta melhor para atender às suas necessidades.*

## **CAPTURE O QUE VÊ**

Fotografe e anote tudo o que vê, ouve, sente, cheira e gosta durante uma visita de campo. Capture citações diretas, sempre que possível. Anote seus pensamentos imediatos sem se preocupar com uma interpretação.

## **CAPTURE CITAÇÕES**

Durante sua entrevista, capture citações importantes, em vez de interpretar o que acha que a pessoa está dizendo. Mais tarde, ao compartilhar com sua equipe, você terá um registro mais preciso de quem é a pessoa – nos seus termos e na sua língua.

## **TENHA CALMA**

Não se preocupe em fazer com que a experiência faça sentido num primeiro momento. Mais adiante poderá influenciar o projeto de um modo que você nunca imaginou.

**PASSO 4**

# DOCUMENTE DURANTE A PESQUISA

Após uma entrevista, é fácil sentir-se sobrecarregado com a quantidade de informações recolhidas. Dedique um tempo, logo após uma sessão de entrevista, para capturar o que observou, pois isso o ajudará sobremaneira mais tarde, quando você contar as histórias a sua equipe. Planeje de 10 a 20 minutos extras, após uma entrevista ou observação, para que você possa compartilhar suas impressões iniciais com os colegas de equipe, enquanto estiverem com a mente fresca. É importante que isso não ocorra na frente da pessoa que você acabou de entrevistar; por isso, se você estiver na biblioteca, dirija-se a um local distante do olhar dessa pessoa. Compare experiências e impressões, mas não se preocupe em interpretar as histórias relatadas nesse momento.



PASSO  
4 de 4

**PESQUISA TOP 5**

Uma maneira simples de fazer isso é registrar as cinco impressões mais importantes, algo que chamamos de: *Pesquisa Top 5*. Leva apenas alguns minutos e você terá uma base satisfatória para a fase de Ideação. Existem várias coisas que você pode considerar e incluir em sua pesquisa Top 5. Há citações ou histórias memoráveis? O que foi mais surpreendente? O que foi interessante saber sobre a maneira como o usuário interagiu com o ambiente?

Considere quaisquer perguntas que você gostaria de explorar na sua próxima entrevista. Capture perguntas ou ideias que surgirem, após a entrevista, para adicionar ao seu guia de entrevistas.

**QUER MAIS DICAS SOBRE DOCUMENTAÇÃO?**

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 2, Atividade 5, página 25

## PASSO 4: DOCUMENTE DURANTE A PESQUISA

# Organize-se

Uma prática importante para desenvolver, enquanto se está fazendo pesquisa é organizar todas as informações coletadas. No fim do dia, não se esqueça de enviar as fotos e os vídeos e manter suas anotações para exibi-las em seu espaço de trabalho, para que você possa, facilmente, vê-los e acessá-los. Quanto mais organizado você for ao realizar a pesquisa, mais eficientemente você completará as próximas fases do projeto.

### TENHA UMA EQUIPE PARA DOCUMENTAR

Será mais fácil manter o hábito de se organizar, se você tiver alguém na sua equipe para essa responsabilidade. Se você ainda não tem, pense em alguém da equipe que seria ideal para organizar e arquivar, continuamente, as informações de pesquisa. Essa pessoa também poderia ficar encarregada de imprimir fotos e capturar com uma câmera o progresso da equipe.

### USE FERRAMENTAS ONLINE

Há inúmeras ferramentas on-line para ajudá-lo a se organizar. Abaixo estão recursos gratuitos que poderá usar, especialmente se você está realizando muitas pesquisas, ou tem uma equipe extensa envolvida em seu projeto de design. Se não estiver familiarizado com esses recursos, recomendamos tentar usá-los com a sua equipe; embora nem todas as ferramentas se ajustem perfeitamente a todos, pode ser moroso ficar na tentativa e ter receios de cometer erros.

### ARQUIVANDO

**Basecamp** é um aplicativo de gerenciamento de projetos na web. Tem função de calendário, pode armazenar todos os tipos de arquivos originais que serão compartilhados com a sua equipe. Se houver alguma alteração ou discussão no *Basecamp*, uma notificação será imediatamente enviada a sua equipe, para que você possa acompanhar o andamento, inclusive se sua equipe não estiver no mesmo local.

**Dropbox** é um serviço que permite arquivar vídeos, fotos e outros documentos na “nuvem”, ou seja, on-line, para que você possa acessar esses documentos de qualquer lugar. Este é um ótimo recurso para compartilhar arquivos grandes que não podem ser enviados por e-mail.

### COLABORANDO

**Google Docs** é a nossa ferramenta número um, recomendada para a colaboração escrita. Use-a para capturar perguntas, documentar notas de reuniões e criar um campo compartilhado de *insights* ou informações. O *Google Docs* será útil para capturar todos os pensamentos colocados pela equipe e por você nos *post-its*.

### PLANEJANDO

**Doodle** é um serviço na web usado para planejar reuniões com várias pessoas. Use *Doodle* para encontrar um tempo mutuamente satisfatório para você e outras pessoas se encontrarem.

Com o **Google Calendar**, você pode convidar pessoas da equipe usando o mesmo calendário e compartilhar datas especiais, compromissos e horários de reunião. Será útil quando estiver coordenando pesquisas, reuniões mais longas com a equipe ou sessões de feedback dos usuários.

### COMPARTILHANDO

**Wordpress** é um blog. Constitui uma ótima plataforma para capturar reflexões sobre o projeto. À medida que avança em seu projeto de design, é importante aproveitar o tempo para escrever e refletir sobre o progresso de sua equipe.

**Google Plus** é excelente se você tiver uma conta no Google – se ainda não tiver, nós recomendamos que faça uma. *Google Plus* é uma rede social que permite ver atualizações de amigos e grupos. Use o *Google Plus* para compartilhar inspirações entre sua equipe, tais como: websites, fotos e vídeos.





# ESTUDO DE CASO No. 1

## “Gutcheck”

### O DESAFIO

O câncer colorretal é a segunda principal causa de morte nos Estados Unidos e afeta tanto homens quanto mulheres. O controle preventivo é a melhor maneira de detectá-lo no início, sendo o período em que o tratamento é mais eficaz, mas apenas metade das pessoas com 50 anos ou mais o realizam. Para resolver o problema, a IDEO fez uma parceria com o Departamento de Saúde e Serviços Humanos (HHS), do governo dos EUA.

### VISÃO GERAL

Para entender o porquê de as pessoas não realizarem o controle do câncer colorretal, a IDEO conduziu pesquisas em uma variedade de contextos. Esses métodos incluíram: entrevistas extensas: em casa, com pacientes que enfrentam condições crônicas ou agudas; observações de conversas entre paciente e médico; discussões com diferentes tipos de médicos e reuniões com especialistas. A equipe descobriu que o desafio está na lacuna comunicacional entre os médicos e os pacientes. Enquanto os médicos têm o conhecimento para explicar a importância de um controle da área colorretal e os diferentes tipos de exames, os pacientes são os especialistas quando se trata de conhecer seu próprio estilo de vida, bem como qual tipo de tratamento caberá para si.

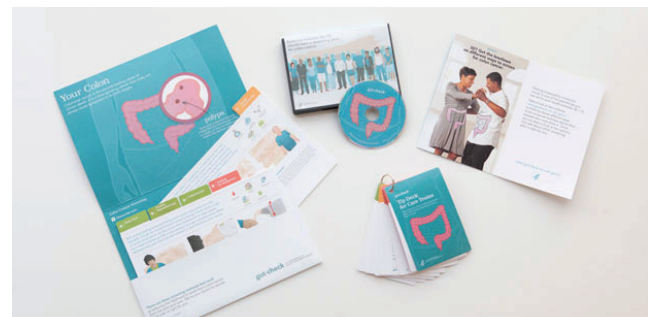
A solução de design foi um *toolkit* de comunicação, com depoimentos em vídeo de pacientes, cartazes, folhetos e camisetas – que apoiaram a jornada de tomada de decisão do paciente, desde a percepção de diferentes opções de controle até a melhoria da saúde.



### POR QUE A INSPIRAÇÃO FOI IMPORTANTE?

Por meio da pesquisa, a equipe percebeu que era preciso construir uma ferramenta para facilitar e melhorar as conversas. Amy Schwartz, designer da IDEO, explica como uma variedade de métodos de pesquisa iluminou o fato de que “os médicos são de Marte e os pacientes são de Vênus”. Em outras palavras, ao observar pacientes e médicos se comunicarem, a equipe compreendeu quão diferentes eles eram ao abordarem a questão da doença. A equipe teve de criar empatia ou ver o desafio sob o ponto de vista do usuário que, neste caso, era o paciente.

Para a inspiração, eles procuraram situações análogas onde um não especialista (tal qual o paciente) e o perito (os médicos) tiveram de se comunicar para tomarem uma decisão juntos. Schwartz aponta para a dinâmica entre um “estilista de cabelo” e o cliente. Enquanto o estilista compreende as diferentes técnicas entre cortes de cabelos distintos, as necessidades de um cliente estão além dos cortes (*looks*) e são baseadas em escolhas de seu estilo de vida: como quantas vezes, durante o ano, ele deseja cortar o cabelo ou quanto tempo irá gastar para manter o estilo.



That Work	That Don't Work	That Are Being Studied
+ Home Stool Test	✗ Waiting for Symptoms	? Virtual Colonoscopy
+ Flexible Sigmoidoscopy		
+ Colonoscopy		



# ESTUDO DE CASO No. 2

## “Serviço de Namoro Chinês”

### O DESAFIO

Uma das principais plataformas de encontros on-line na China tem mais de 70 milhões de usuários registrados, mas em comparação com o website, a taxa de retenção de usuários para o aplicativo da empresa foi baixa. Ao mesmo tempo, as pessoas sentiram que a experiência de namoro era muito transacional. Como resultado, a empresa pediu à IDEO para aplicar técnicas de jogos (*gamify*) a esse grupo de usuários, com o objetivo de desenhar um relacionamento mais forte, tornando-o mais divertido e romântico.

### VISÃO GERAL

A equipe sabia que eles queriam aprender mais sobre o público-alvo de jovens solteiros e sobre o comportamento deles durante o namoro. Assim, experimentaram duas técnicas de pesquisa inovadoras: diários de fotos e discussões em grupo. Para os diários fotográficos, a equipe pediu a quatro homens e mulheres para criarem um diário do *Dia dos Namorados* composto de “*selfies* etnográficos”, ou imagens que tiraram de si mesmos ao longo do dia. Esta foi uma oportunidade para analisar não só o que os usuários disseram valorizar, mas o comportamento deles também. Além disso, a equipe organizou uma discussão de grupo que começou com uma festa e evoluiu para um grupo de bate-papo on-line, com o objetivo de aprender mais sobre o jogo coletivo, diversão e amor.

Em última análise, a IDEO redesenhou o aplicativo da empresa, passando de uma plataforma que, anteriormente só permitia que os usuários se comunicassem por e-mail, a um aplicativo que oferecesse uma variedade de maneiras lúdicas e sociais

de interagir. Por exemplo: sobre o que as pessoas gostam de consultar, a sua família e os amigos, quem eles namoram; desse modo, o aplicativo passou a ser um elemento social.

### POR QUE A INSPIRAÇÃO FOI IMPORTANTE?

Você pode observar que a entrevista do usuário um a um é uma base sólida para a pesquisa, mas é um ponto de partida, não o ponto final. Não tenha receio em ser criativo, como fez essa equipe com diferentes métodos de pesquisa. “Quem está contando a história e a forma como conta é o que importa”, disse o designer IDEO Ge Jin. “Quando as pessoas estão contando as próprias histórias de forma descontraída, é aí que obtemos a informação mais perspicaz.” Não apenas isso, mas os pontos mais tocantes ou as oportunidades que você tem para se conectar com os seus usuários, sendo a melhor oportunidade para construir confiança. A equipe construiu confiança com os participantes da pesquisa por meio de múltiplos canais tecnológicos. Hospedar um bate-papo do grupo on-line como uma forma de pesquisa foi benéfico em dois níveis: permitiu que os designers observassem a dinâmica do grupo, com mais profundidade e fizessem as perguntas nas quais não puderam pensar durante as entrevistas individuais. Além disso, era uma nova oportunidade e um novo modo de se conectar com os usuários e, portanto, outra chance de ganhar a confiança deles. Enquanto nós vemos, frequentemente, a tecnologia como uma barreira à conexão, este é um grande exemplo da tecnologia que permite nos relacionarmos de uma nova maneira.





# Referências

## LEIA

### **TOOLKIT DE DESIGN THINKING PARA EDUCADORES - 2A. EDIÇÃO**

*Discover Chapter*

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

### **DESIGN THINKING MÉTODOS DE INSPIRAÇÃO**

<http://www.designkit.org/methods>

### ***Como as Restrições Inteligentes Impulsionam a Criatividade***

<http://blogs.hbr.org/2013/01/how-intelligent-constraints-dr/>

## ASSISTA

### **DESIGN CENTRADO NO SER HUMANO EM AÇÃO**

Saiba mais sobre os diferentes métodos de descoberta utilizados pela equipe IDEO.org, como parte de um projeto de estufas limpas na Tanzânia. Faça o download da entrega final do projeto: <http://bit.ly/cookstovesdeliverable>

### **EMPATIA**

Emi Kolawole, editor residente no *d.School* da Universidade de Stanford, fala sobre a importância da empatia no Kit de Design.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

CAPÍTULO

# 3

# IDEAÇÃO

A fase de Ideação transforma sua pesquisa em insights acionáveis que se tornarão a base para o design tangível.

Pelo que aprendeu na fase de Inspiração, você desenvolverá insights que o ajudarão a definir oportunidades de design. Através de brainstorming, chegará a muitas ideias. Finalmente, vai tirá-las de sua mente e transformá-las em algo tangível, que poderá testar no mundo real.

# IDEAÇÃO

# *RESUMO*

## PASSO 1

### CONTE HISTÓRIAS p. 52

- Compartilhe histórias com sua equipe p. 52

## PASSO 2

### ENCONTRE TEMAS p. 54

- Identifique padrões p. 54
- Um olhar atento: Evolução de suas notas p. 55
- Transforme temas em *insights* p. 56
- Aplique *frameworks* p. 58
- Um olhar atento: *Frameworks* em ação p. 59

## PASSO 3

### CRIE BRAINSTORMINGS PRONTOS p. 60

- Modelo de como podemos fazer perguntas p. 60

## PASSO 4

### GERE IDEIAS p. 61

- Configure um *brainstorming* p. 61
- Um olhar mais atento: Regras de *brainstorming* p. 63
- Como: Faça suas ideias visuais p. 64
- Facilite um *brainstorm* p. 66
- Use votação para selecionar ideias p. 67

## PASSO 5

### CRIE PROTÓTIPOS p. 68

- Crie um mapa conceitual p. 68
- Crie um plano de jogo de prototipagem p. 70
- Um olhar mais atento: Quebre um conceito p. 71
- Um olhar mais atento: Formas para prototipar p. 72
- Planeje um dia de construção p. 74

### ESTUDOS DE CASO pg. 77

- Merenda Escolar pg. 77
- Projeto *Brooks Pure* pg. 78

### REFERÊNCIAS pg. 79

## PASSO 1

# CONTE HISTÓRIAS

Até agora, você conversou com muitas pessoas e explorou novas perspectivas sobre o seu desafio. É hora de compartilhar o que aprendeu com a sua equipe, a fim de começar a desenvolver novas ideias e reconhecer temas.

## Compartilhe histórias com sua equipe

Compartilhar histórias é contar histórias com uma intenção específica: destacar áreas ricas de oportunidades. Algumas equipes podem ter se dividido, ao conduzir a pesquisa, enquanto outras realizaram todas as pesquisas em conjunto. De qualquer forma, agora é fundamental reservar tempo para contar histórias. É quando você pode mergulhar em diferentes perspectivas do usuário e obter uma compreensão mais profunda do seu desafio de design, no contexto da vida das pessoas.

## LÍDER DE EQUIPE

### MONTE UMA SESSÃO DE CONTAÇÃO DE HISTÓRIAS

Para cada entrevista, experiência análoga ou experiência de pesquisa, recomendamos que planeje pelo menos 15 minutos para contar histórias a sua equipe. Certifique-se de preparar a sala com bastante espaço e distribua canetas e post-its para todos os membros da equipe. Imprima fotos de cada experiência e tenha fita adesiva pronta para afixar na parede.

## REVEZE

Volte à sua lista de experiências de pesquisa, organizadas por tipo e tente compartilhá-las cronologicamente. Se você está contando a história é sempre útil rever as notas documentadas, durante sua entrevista ou observação.

### ESCUTE ATIVAMENTE

Enquanto escuta uns e outros, você e seus companheiros de equipe devem comparar e contrastar as coisas que aprenderam. Onde existem opiniões diferentes? Onde há tensão e onde há contradições? Procure por padrões que surgirem.



A equipe de bibliotecários em Aarhus entrevistou uma família inteira ao mesmo tempo, então, eles contaram as histórias de cada um, das perspectivas dos membros da família.

“  
Despendia-se muito tempo, mas ganhamos muito mais percepções das viagens de campo e das entrevistas que pudemos dialogar com a equipe inteira. Essas experiências que não foram compartilhadas por meio de narrativas foram quase desperdiçadas.

*John Glynn, bibliotecário infantil na Biblioteca Pública de Chicago.*

”

## PASSO 1: CONTE HISTÓRIAS

### COMO CONTAR UMA BOA HISTÓRIA

- Use detalhes e descrições vívidas ao contar histórias
- Evite generalizações, julgamentos ou avaliações

### PARA UMA ENTREVISTA / OBSERVAÇÃO:

- **Detalhes Pessoais:** Quem você conheceu? (Nome, idade, localização, ocupação, familiares)
- **Histórias Interessantes:** Qual foi a história mais memorável e/ou surpreendente que essa pessoa lhe contou? Se você fez um Top 5 da pesquisa, olhe para trás nesses destaques para ajudá-lo a refrescar sua memória. Se foi uma observação, o que você poderia extrair da expressão facial, linguagem corporal e ações nesse contexto?
- **B.V.B:** Este é um acrônimo (em inglês) para ajudá-lo a lembrar de Comportamentos, Valores e Crenças: o básico para chegar aos relacionamentos profundamente funcionais e emocionais que a pessoa tem com o tópico do desafio. Quais foram os rituais ou comportamentos exclusivos dessa pessoa? O que mais valorizava? No que esse participante acredita?
- **Motivações / Barreiras:** O que motiva essa pessoa? Do que mais gosta? O que representou uma barreira para essa pessoa? O que achou frustrante?
- **Contexto:** Qual era o contexto (*casa, escritório, espaço de trabalho, outros*)? Se foi na biblioteca, como interagiu com o espaço?
- **Questões Restantes:** Quais perguntas você exploraria se tivesse outra conversa com este participante?

### PARA UMA EXPERIÊNCIA DE IMERSÃO OU ANÁLOGA:

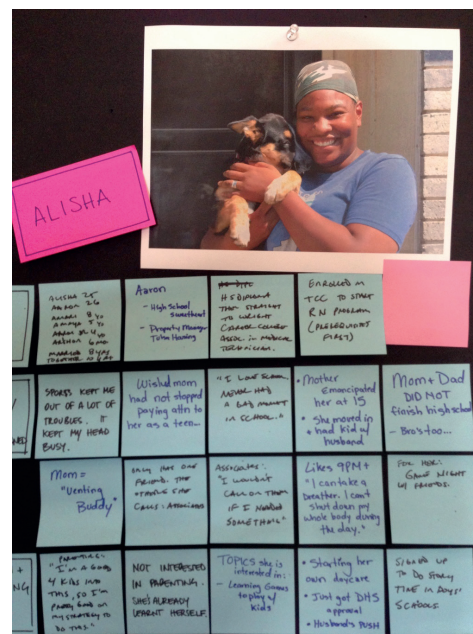
- Detalhes do local: Onde ocorreu e como o local se conecta ao seu desafio?
- Histórias interessantes: Qual foi a parte mais memorável ou surpreendente da visita? Como a experiência lhe forneceu uma nova perspectiva sobre o seu desafio?

### CAPTURE AS INFORMAÇÕES EM PEQUENAS PARTES

Enquanto uma pessoa estiver falando, outras devem tomar notas em post-its. Certifique-se de escrever em letras grandes e de forma legível o suficiente para que todos possam ver as notas. Use frases concisas ou que todos na sua equipe possam entender facilmente. É particularmente útil incorporar citações significativas para representar a voz do participante.

### MOSTRE SUAS NOTAS

Colete todas as notas de sua sessão de contação de histórias e coloque-as na parede de forma ordenada. Comece com fotos, detalhes básicos da pessoa ou visita. É importante organizá-las para que você possa seguir em suas anotações e construir, a partir delas, os próximos passos.



Um exemplo de como uma equipe exibiu suas notas, antes de contar histórias umas às outras.



### QUER APRENDER MAIS SOBRE A CAPTURA DE HISTÓRIAS?

- Consulte: “Um olhar mais atento: Evolução das suas notas” página 54
- No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 2, página 29

**PASSO 2**

# ENCONTRE TEMAS

Você tem seus post-its na parede, fotos de suas visitas e as anotações de cada experiência. Agora é hora de desenhar as conexões em toda a sua pesquisa para identificar padrões e temas.

## Identifique Padrões

Olhe para todas as suas notas e comece a observar onde surgem os padrões. Enquanto estava contando histórias, na última etapa, quais citações, ideias ou pensamentos surgiram? Estes são, provavelmente, o ponto de partida para temas, que andam de mãos dadas com insights que impulsionarão o seu design.

### INFORMAÇÕES AGRUPADAS

A partir de entrevistas e experiências de pesquisa, organize as informações relacionadas, dentro do agrupamento de seu quadro. O que a maioria das pessoas mencionou? Quais as questões óbvias? À medida que você começa a agrupar as informações com a sua equipe, certifique-se de discutir quaisquer discordâncias sobre onde as informações estão agrupadas.

### OLHE ALÉM DA SUPERFÍCIE

Identifique quais informações parecem extrair mais energia de sua equipe. Quais anotações provocam mais questionamentos e os convidam a construir pensamentos? As notas que têm mais impacto são muitas vezes as que indicam lutas ou oportunidades. Essas notas têm mais potencial para conduzir a um *insight*.

### RECONHEÇA RELACIONAMENTOS

Você descobrirá que as informações agrupadas terão relações umas com as outras. Como elas estão relacionadas? Qual é o ponto em comum? Não tenha medo de agrupar e reagrupar suas categorias; este é um processo não linear, e os relacionamentos irão mudar à medida que continue a processar e organizar novas informações. Ao definir o relacionamento, você pode formular melhor um tema acionável que se aplique a cada nota agrupada.

### ENCONTRE MANCHETES VIÁVEIS

Nomeie os agrupamentos que acabou de definir com um título prático, uma frase curta que resume as informações abaixo, mas com profundidade suficiente para que fique claro de imediato. Onde houver necessidade ou oportunidade, o título deve indicar o problema e auxiliará no processo de gerar ideias.



### PRONTO PARA IDENTIFICAR PADRÕES?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 3, página 30



# UM OLHAR MAIS ATENTO: EVOLUÇÃO DE SUAS NOTAS

Ao longo da Ideação, a perspectiva do seu desafio evoluirá e mudará. Ao entender profundamente essas observações, você terá mais chance de deixá-las inspirá-lo a ter novas ideias. A chave é deixar sua pesquisa evoluir, através de várias etapas. Mantenha-se focado em transformar aprendizagens em soluções. Tenha tempo para se organizar e dar sentido à informação. Quanto mais profundamente você interpretar suas descobertas – em vez de tirar conclusões precipitadas – mais estará aberto a novas ideias que poderão surpreendê-lo. Pode ser um pouco desconfortável no início, mas fique onde está. Ao interpretar seus pensamentos, extrairá mais insights não óbvios, que o levarão a melhores soluções.

There are no  
fruit stands  
in the  
Community

## APRENDIZAGENS

Aprendizagens é aquilo que você registra de sua pesquisa, no nível mais básico, ao compartilhar histórias: citações diretas, anedotas, primeiras impressões, notas sobre o ambiente, notas sobre o que foi mais memorável ou surpreendente e uma coleção de Top 5 da pesquisa.

Problems  
with  
distribution

## TEMAS

Os temas surgem quando você organiza os aprendizados. Eles indicam uma questão ou necessidade abrangente. É importante manter o nome do tema, bem como as aprendizagens associadas a ele no quadro, de modo que não perca a sua linha de raciocínio ao passar para a próxima fase.

There's little  
financial incentive  
for distributors  
to supply low-income  
neighborhoods  
with fruit

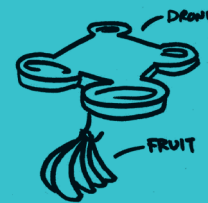
## INSIGHTS

*Insights* são declarações que interpretam padrões em sua pesquisa. Eles podem fornecer uma nova compreensão ou perspectiva sobre uma questão. Você terá insights, a partir da informação que organizou, sendo profundamente relevantes para o desafio em suas mãos. Eles podem não ser novas descobertas, porém o auxiliarão a uma nova compreensão das aprendizagens interligadas que você acumulou.

HOW MIGHT WE  
INCENTIVIZE  
DISTRIBUTORS  
TO MAKE FRUIT  
DELIVERIES IN  
LOW-INCOME  
NEIGHBORHOODS?

## COMO PODERÍAMOS (HMWS)

A pergunta “Como poderíamos (do inglês How Might We’s - HMWS)” na fase de sessões de brainstorming, comparada com “Defina um desafio de design”, a primeira será muito mais estratégica do que a segunda, e você poderá fazer outras, em oposição a apenas uma. Além disso, em vez de se preocupar se a questão é muito ampla ou muito limitada, concentre-se em criar questões que sejam motivadoras, emocionantes e que tenham potencialidade para solucionar. Esta fase será abordada na Etapa 3.



## IDEIAS

Ideias são conceitos gerados durante uma sessão de *brainstorming*. Elas podem ser práticas e simples ou ousadas e loucas. Recomendamos que você crie tantas ideias quanto possível, e as represente como esboços visuais, tanto quanto você puder. Esta fase será abordada mais adiante na Etapa 4.

**PASSO 2: ENCONTRE TEMAS**

# Transforme temas em insights

*Insights* são expressões concisas do que você aprendeu com as atividades de pesquisa. Combinam observação com deduções para criar um novo significado. Eles refletem uma compreensão do assunto em questão e são inesperados, não óbvios e interessantes. *Insights* permitem que você veja o mundo de uma nova maneira e são os catalisadores de novas ideias.

Alguns critérios para sólidos *insights* incluem o seguinte: Boas ideias são...

**INTUITIVAS**

Elas fazem sentido com base no instinto. Elas são surpreendentes e verdadeiras.

**NÃO ÓBVIAS**

Elas iluminam algo sob a superfície. Representam o que chamamos de: “Então, o quê?”, o que significa que há uma resposta para esta questão.

**GERADORAS**

Elas sugerem oportunidades para novas ideias e conceitos.

**ADERENTES**

Elas são concisas, corajosamente declaradas e se repetem na discussão entre a equipe.



PASSO  
2 de 5

**PRONTO PARA TRANSFORMAR TEMAS EM INSIGHTS?**

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 4, página 31



## PASSO 2: ENCONTRE TEMAS

### TENHA TEMAS VIÁVEIS

Dê uma olhada nos temas que você criou para cada um de seus agrupamentos e se certifique de que eles se concentram em uma necessidade. À medida que você molda os temas em *insights*, desejará escrever instruções completas, por exemplo: “não há nenhum incentivo financeiro para que os distribuidores entreguem frutas na comunidade.” Escreva a frase completa em um *post-it* e marque seu agrupamento com esta nova sentença.

### PRIORIZE INSIGHTS AO CONTRÁRIO DE SEU DESAFIO

Revisite seu desafio de design: como suas percepções se relacionam com o desafio? Quais *insights* são mais fortes e relevantes? Este é o momento de olhar pela janela e escolher as 3-5 ideias mais importantes, enquanto edita partes de informações que podem ser menos importantes.

### REDEFINA SUAS INFORMAÇÕES

Experimente o texto e a estrutura que melhor comuniquem suas ideias. Procure sentenças curtas e ousadas que representem, corajosamente, aquilo em que você acredita, com base em sua pesquisa. Uma fórmula que pode seguir:

As pessoas precisam / querem / têm \_\_\_\_\_, mas / apesar / por causa de \_\_\_\_\_.

*Exemplo:* As pessoas precisam de ajuda com os recursos eletrônicos disponíveis na biblioteca, mas são intimidadas pela equipe, por trás do suporte de TI.

### OBTENHA UMA PERSPECTIVA EXTERNA

Uma vez que você tenha vários *insights* formados, considere convidar alguém que não pertença à sua equipe para ler suas ideias. Esta nova perspectiva poderá ajudá-lo a filtrar quais percepções são ousadas, frescas e frutíferas.

## EXEMPLO

A IDEO.org fez parceria com o Grupo Consultivo de Assistência aos Pobres (CGAP) para orientá-los sobre novas formas de poupar, acessíveis aos mexicanos de baixa renda. Quando a equipe da IDEO.org começou a realizar pesquisas na cidade do México, aprenderam que as pessoas estavam, de fato, economizando e de maneiras incrivelmente diversas. Entretanto, esses métodos de poupança estavam fora do sistema bancário formal e, muitas vezes, não eram comentados por pessoas na comunidade em uma linguagem relacionada à poupança. Baseado nessa importante informação, a equipe começou a desenvolver uma série de produtos genéricos, ao invés de substituir o comportamento informal de economia no qual os mexicanos de baixa renda já estavam engajados



## PASSO 2: ENCONTRE TEMAS

# Aplique Frameworks

Agora que você tem ideias sólidas, é hora de encontrar a maneira correta de comunicá-las. Frequentemente canalizamos nossas percepções em estruturas para que possamos fazer o seguinte: 1. Tornar a informação mais visual e 2. Explorar mais profundamente as relações que os insights representam. Frameworks ajudam a organizar os pensamentos e fornecem estrutura para uma interpretação adicional.

### ESTEJA CONFORTÁVEL, MAS NÃO INATIVO

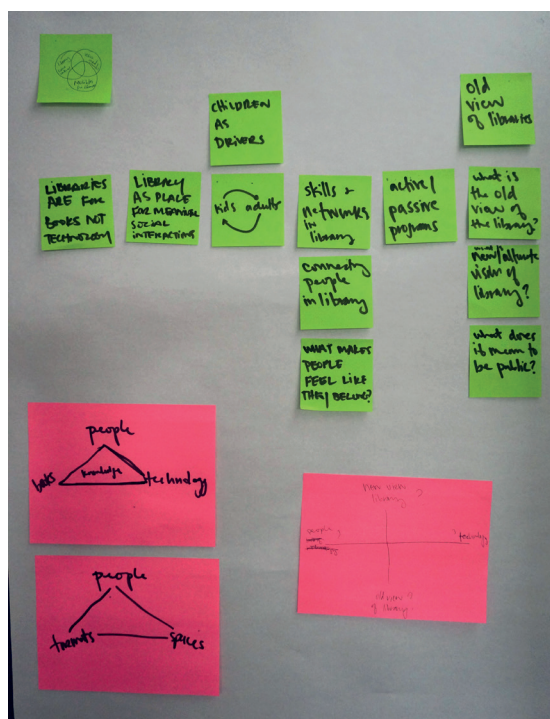
O ato de encontrar temas, desenvolver insights e, em seguida, comunicá-los de maneira significativa é provavelmente, a parte mais mentalmente exaustiva do processo de Design Thinking. Isso acontece porque você pode sentir como se não estivesse se movendo em nenhuma direção específica, e há mais perguntas do que respostas. Tente suspender a descrença do momento e concentre-se no que você pode, razoavelmente, interpretar. Você está em um processo de criação, de novas informações e leva uma quantidade significativa de energia mental e tempo para moldar esses pensamentos.

### REFLITA SOBRE O PANORAMA MAIOR

À medida que pensa sobre frameworks que representam ou integram as suas percepções, recue e pense sobre o panorama maior do problema. O processo de dar sentido às suas descobertas é, muitas vezes, alternativamente divergente (sensação expansiva e multidirecional) e convergente (sentindo-se conclusivo e preso em uma direção), e este é um daqueles momentos em que você quer ser divergente. Como você pode ser mais exploratório em seus *insights*? O que seus *frameworks* podem mostrar, a partir das ideias criadas? Como seus *frameworks* podem lançar luz a uma ideia sobre novas regras, relacionamentos ou percepções?

### REVISE QUANDO NECESSÁRIO

Sentindo-se preso a um *framework*? Sinta-se livre para tratá-lo, simplesmente, como esboço em um papel e passar para o próximo, sabendo que você pode voltar a ele. *Frameworks* nunca são perfeitos na primeira tentativa, e nós o encorajamos a vê-los como uma ideia em desenvolvimento. Experimentar múltiplos *frameworks* permite que você se preocupe menos sobre o aperfeiçoamento de um paradigma e mais sobre ver, rapidamente, várias maneiras de olhar para um problema. Não trate qualquer *framework* de forma muito preciosa – eles são destinados a serem discutidos, construídos, criticados, rasgados e reconstruídos.



Um exemplo de como explorar vários frameworks durante um workshop com as Bibliotecas Públicas de Aarhus.



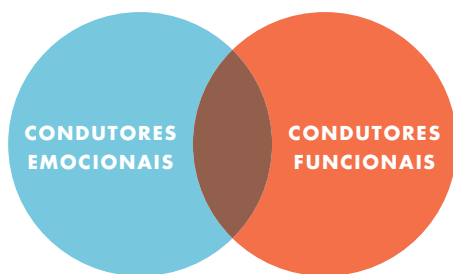
# UM OLHAR MAIS ATENTO: FRAMEWORKS EM AÇÃO

Aqui estão alguns exemplos de frameworks que você pode experimentar, enquanto aprende a comunicar suas ideias de uma nova forma.



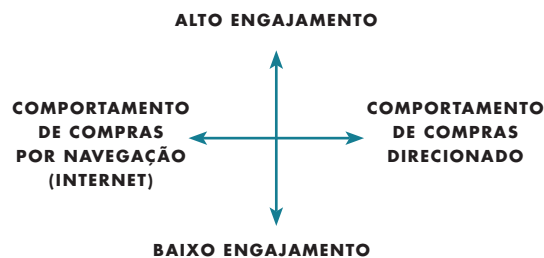
## JORNADA DE SERVIÇO

A jornada do usuário é um ótimo lugar para começar a pensar sobre uma experiência, um trabalho ou um processo ao longo do tempo. Uma jornada de serviço é essencialmente, um diagrama ou mapa que ilustra os humores e comportamentos de um usuário antes, durante e depois de usar um serviço, mostrando como se sente em diferentes estágios da experiência. Quais são os pontos altos e baixos, emocionais da perspectiva do usuário, bem como pontos de dor (momentos de luta ou desapontamento) e momentos de oportunidade?



## DIAGRAMAS DE VENN

*Diagramas de Venn* são maneiras simples de expressar relações, sobreposições e interseções entre ideias. Pense sobre os tamanhos dos círculos, bem como o grau em que eles se sobrepõem. Qual é o ponto ideal e o que está fora dos círculos?



## DOIS POR DOIS

Esta ferramenta ajuda a mapear aspectos de comportamentos e qualidades. Ela destaca as tensões entre categorias e pode apontar para as oportunidades de design dentro de cada quadrante. Que tipos comportamentais de usuários você está projetando? Se você está pensando sobre os tipos de usuários, o que iria movê-los de um quadrante para outro?



## MAPA DE RELACIONAMENTO

Um mapa de relacionamento visualiza um conjunto de *stakeholders* em seu serviço ou sua organização. Também pode representar um fluxo de processos e conexões de um sistema maior.

**PASSO 3**

# CRIE BRAINSTORM PRONTOS

Os insights que você criou servem como pontos de partida para gerar ideias. Eles, provavelmente, já indicam uma necessidade ou oportunidade; agora, o truque é transformar essas declarações de insights em uma pergunta que gere muitas ideias.

## MODELO DE COMO PODERÍAMOS FAZER PERGUNTAS

Você agora formará outra rodada de “Como poderíamos” (HMW) perguntar. As perguntas nesta fase são sobre a criação de um cenário para um brainstorming produtivo, em vez de delinear a finalidade de um projeto inteiro.

### DESENVOLVA PERGUNTAS APROPRIADAS

Construa perguntas que comecem com: “Como poderíamos...?” Esta pergunta atua como um convite à abertura e à exploração. Novamente, há perguntas HMW para brainstorms que podem ser muito sucintas ou muito amplas. O ponto-chave aqui é assegurar que a questão seja suficientemente ampla para permitir múltiplas soluções e sucinta o suficiente para fornecer direção imediata para possibilidades. Se descobrir que suas perguntas já implicam em uma determinada solução, diminua o zoom e pergunte a si mesmo: por que você deseja essa solução? Em seguida, incorpore em sua pergunta HMW. Por exemplo:

**Insight:**

As pessoas precisam de ajuda com os recursos eletrônicos disponíveis na biblioteca, mas elas ficam intimidadas pela equipe de suporte de TI.

**Questão:**

Como poderíamos ajudar as pessoas que procuram recursos eletrônicos a se envolverem com o suporte de TI de uma nova maneira?

### ESCOLHA PERGUNTAS DE BRAINSTORMING

Selecione três de suas melhores perguntas HMW para a sessão de *brainstorming*. Confie em seu instinto e escolha as perguntas que acha que são excitantes e possuem potencial maior para gerar ideias. Certifique-se de selecionar as perguntas que julgue importantes de resolver, mesmo que elas pareçam difíceis de responder.

**PRONTO PARA FORMULAR  
PERGUNTAS DE HMW?**

No Livro de Atividades, consulte o  
Capítulo 3, Atividade 5, página 32

## PASSO 4

# GERE IDEIAS

Uma das melhores maneiras de gerar muitas ideias ao mesmo tempo é criando uma sessão de *brainstorming*. Pode parecer que *brainstorming* seja selvagem e desestruturado, mas é realmente uma atividade focada que envolve disciplina e preparação. Depois de praticar a criação de um *brainstorming*, você achará que pode, facilmente, incorporar este tipo de atividade geradora em outras reuniões e sessões de trabalho em equipe.

## Configure um brainstorming

Pense em uma sessão de *brainstorming* como um tipo especial de reunião. Você deve considerar os participantes, o espaço, o calendário e os recursos. Tenha algum tempo para configurar adequadamente e obter o máximo de sua sessão.



“

**B**rainstorming várias ideias na equipe, esboçando e escolhendo ideias para avançar, o que gerou muito entusiasmo para encaminhar o projeto.

*Equipe da Biblioteca Pública de Chicago*

”



PASSO  
4 de 5

## PASSO 4: GERE IDEIAS

### CONVIDE UM GRUPO DIVERSIFICADO DE PESSOAS

Um brainstorming é um grande momento para explorar a experiência de outras pessoas, além de sua equipe principal. Pense em convidar outros colegas e funcionários, líderes, especialistas ou outras pessoas que você acredita que estariam interessadas em seu desafio de design. Tente incluir um total de 6 a 8 pessoas.

#### LÍDER DE EQUIPE

### RESERVE UM ESPAÇO

Dependendo do número de pessoas em seu *brainstorming*, escolha uma sala (que pode ser o espaço do seu projeto atual) que seja ampla e que possam ser afixados na parede *post-its* com as ideias e as anotações do grupo. Certifique-se de que tenham cadeiras suficientes para todos se sentarem e espaço para se movimentarem. Você também pode exibir placas das imagens/notas de sua pesquisa que os levem a ideias-chave.

#### LÍDER DE EQUIPE

### PREPARE O ESPAÇO COM MATERIAIS

Reúna materiais, tais como: *post-its*, canetas, marcadores, fita adesiva e papel (costuma-se cortar papel tamanho carta na metade, para esboços de conceito maiores). Além disso, nunca subestime o poder de algumas bebidas e lanches na sala, para manter os níveis de energia em alta.

#### LÍDER DE EQUIPE

### CONSERVE AS PAREDES

No início de seu *brainstorming* e, às vezes, durante todo o processo, você pode se referir às perguntas que esteja abordando, bem como outras informações do projeto. Aproveite para exibir quadros de sua pesquisa que mostrem com quem conversou, o que visitou, e os insights que levaram ao *brainstorming*, no caso de alguém ficar curioso sobre sua viagem até o momento. Além disso, certifique-se de que seu *brainstorming* seja escrito com letras grandes e afixado na parede, com espaço vazio para novas ideias.

### CRONOMETRE O TEMPO

Um bom *brainstorming* nunca se prolonga por muito tempo. Pode parecer que, quanto mais tempo durar um *brainstorming*, mais ideias você receberá, mas na verdade um *brainstorming* produtivo geralmente dura de 45 minutos a uma hora. Se você tiver tempo, poderá gastar os primeiros cinco minutos informando a todos sobre a experiência do projeto e dedicar cerca de 15 minutos a cada pergunta depois disso. Se você perceber a energia caindo, logo no início de uma questão, sintase livre para avançar. Atribua o papel de cronometrista a alguém em sua equipe para certificar-se de que seu ritmo permanece focado no alvo.



# UM OLHAR MAIS ATENTO: REGRAS DE BRAINSTORMING

Estas sete regras farão com que sua sessão de brainstorming seja focada, eficaz e divertida. Introduza as regras no início de cada brainstorming para garantir que haja acordo entre a equipe em segui-las.

## EVITE O JULGAMENTO

Não há ideias ruins em um *brainstorming*, então, mantenha sua crítica para si mesmo. Você quer criar um espaço seguro que incentive, até mesmo, as pessoas mais tímidas a contribuírem com ideias.



## UM DIÁLOGO POR VEZ

Todas as ideias devem ser ouvidas, de modo que apenas uma pessoa fale de cada vez. Aguarde a sua vez de compartilhar e certifique-se de que todo o grupo esteja ouvindo.



## INCENTIVE IDEIAS AMBICIOSAS

Não há momento melhor do que em um *brainstorming* para trazer à tona ideias loucas e ambiciosas. Mesmo que uma ideia não pareça realista, ela pode gerar uma ideia para outra pessoa.



## SEJA VISUAL

Desenhe suas ideias, em vez de apenas escrevê-las. As figuras e os esboços simples podem dizer muito mais do que as palavras e serão mais fáceis de recordar e de serem construídas. Para saber mais sobre como ser visual, confira o item COMO a seguir.



## CONSTRUA A PARTIR DAS IDEIAS DOS OUTROS

Quando você ouve a ideia de um colega de equipe, pense “e ...” em vez de “mas ...” para ser o mais gerador e aberto possível. Pense em como você combinaria ou estenderia as ideias em um novo território.



## VÁ PARA A QUANTIDADE

Defina um objetivo ambicioso para o número de ideias que você quer gerar e, em seguida, tente superá-lo. Descobrimos que a melhor maneira de encontrar uma boa ideia é primeiramente ter muitas ideias, por isso tente não adivinhar enquanto produz rapidamente muitas possibilidades.



## MANTENHA-SE FOCADO NO TEMA

Mantenha o seu *brainstorming* à mão, focado na pergunta: Como poderíamos? Mantenha um ritmo que cria um ímpeto em torno do tema, evitando a retórica e a filosofia desconhecidas.





# COMO: FAÇA IDEIAS VISUAIS *Parte 1 de 2*

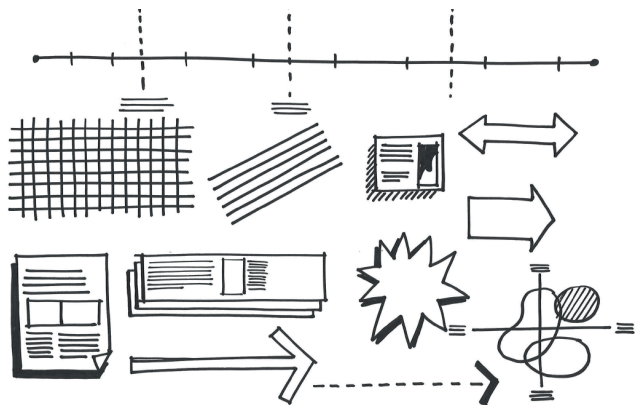
Uma das chaves para conceitos criativos e eficazes é tornar suas ideias visuais. Isso ajuda os outros a entenderem imediatamente a sua ideia, deixando a porta aberta para que possam construir ou interpretá-la de maneira significativa. Acreditamos firmemente que qualquer pessoa pode ser visual, mas é necessária alguma prática. Durante o seu tempo livre, amplie suas habilidades esboçando os itens abaixo.

## LINHAS RETAS

Pode parecer surpreendente, mas círculos e linhas são os blocos de construção para quase 80% do que você vai precisar quando esboçar. Comece com linhas. Em vez de desenhar timidamente uma série de linhas, pense em uma linha reta como um tiro direto do ponto A ao ponto B. Desenhe dois pontos e, em seguida, mantenha seu olho fixo no ponto B, ao colocar a caneta no ponto A. Visualize onde você quer que a caneta vá e confiantemente desenhe esses traços.

Linhas retas para criar:

- Quadros
- Setas
- Quadrados
- Sombras
- Retângulos
- Estruturas



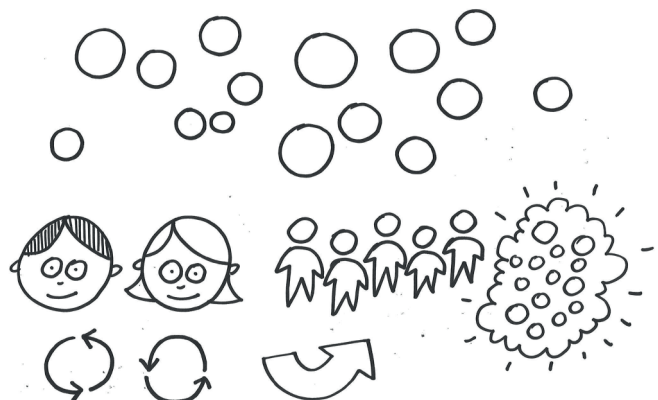
Em breve, você descobrirá que a comunicação visual é quase sempre mais eficaz (e divertida!) do que uma explicação escrita. Quando você começar a praticar, certifique-se de ter espaço suficiente para se mover livremente, não apenas as mãos, mas todo o seu corpo. Tenha uma pilha de papel de rascunho em branco pronta, e apenas continue praticando até que comece a fluir de suas mãos com facilidade.

## CÍRCULOS

Círculo é o outro melhor amigo quando se trata de criar ótimos visuais. Pare de se preocupar em criar o círculo “perfeito” e concentre-se em desenhar rapidamente muitos círculos, do pequeno ao grande. Concentre-se em uma forma consistente e no peso da caneta no papel. Finalmente, uma vez que você obteve o movimento, tente fazer seus pontos de partida e de parada se encontrarem em um círculo bonito e liso.

Círculos para criar:

- Cabeças
- Textura
- Nuvens
- Setas Curvadas
- Ciclos







# COMO FAÇA IDEIAS VISUAIS *Parte 2 de 2*

## PESSOAS

O segredo para desenhar pessoas é a abstração. Figuras humanas são ok, mas o próximo passo (que é tão fácil!) é usar um círculo como uma cabeça e uma forma como um corpo. Cabeças são surpreendentemente fáceis. Tudo que você tem a fazer é um círculo para o contorno de um rosto. Use mais dois círculos para os olhos, e semicírculos para as orelhas e os cabelos.



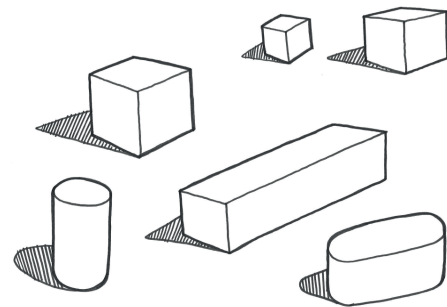
## FERRAMENTAS

Quando esboçamos ideias em torno do serviço, muitas vezes incorporamos ferramentas comuns e interfaces, como a tela do iPad, ou que possam contribuir para o conceito geral. Pratique desenhar círculos e linhas com ligeiras curvaturas nas bordas para formar objetos, como: telas do iPhone, quiosques, laptops e outros dispositivos.



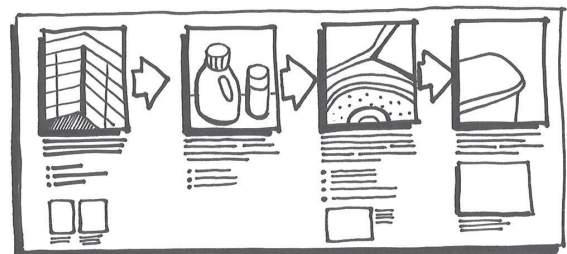
## CENAS

Se alguma parte do seu conceito ou ideia ocorrer dentro de uma casa, considere a configuração do local, usando alguns traços simples para indicar um espaço ou sala. Use caixas e cubos que possam representar um edifício, ou uma visão panorâmica. Variando as dimensões de um cubo, é possível produzir prateleiras, mesas, paredes, pisos ou outros aspectos de um ambiente.



## SEQUÊNCIAS E JORNADAS

Para alguns conceitos é importante esboçar uma sequência de eventos, ao longo do tempo. Isto é especialmente verdadeiro, se você estiver retratando uma jornada do usuário, por meio de uma série de etapas. Por exemplo: o que acontece em casa, no caminho para a biblioteca, na biblioteca e após uma visita. Nesses casos, numere a sequência para que fique claro o que acontece primeiro e use setas, para mostrar a progressão. Tente realçar as partes de seu esboço em cada estágio que sentir que seja mais importante para a compreensão da ideia.



## PASSO 4: GERE IDEIAS

# Facilite um Brainstorm

Agora que você criou uma sessão de *brainstorming* é hora de garantir que funcione bem. Aqui estão algumas dicas sobre como criar uma atmosfera segura e positiva para que a equipe possa ter grandes ideias.

### LÍDER DE EQUIPE

#### SELECIONE UM FACILITADOR

A pessoa que criar o *brainstorming* ou o líder da equipe deve facilitar a sessão. Facilitação significa entender as regras de *brainstorming*, o que significa que você não vai participar tanto da criação da ideia, mas sim de como capturar as ideias da equipe.

### LÍDER DE EQUIPE

#### DÊ UMA INTRODUÇÃO

No início da sessão de *brainstorming*, reserve algum tempo para explicar o propósito da atividade, especialmente para aquelas pessoas que não estão na equipe principal do projeto. Além disso, revise as regras de *brainstorming* e pergunte se alguém tem alguma dúvida antes de começar.

### LÍDER DE EQUIPE

#### DISTRIBUA MATERIAIS

Reúna sua equipe perto da parede em que você coloca os seus post-its. Certifique-se de que todos os participantes têm um bloco de notas e uma caneta. Verifique se todos têm fita adesiva para colar as ideias na parede. Lembre-se que todos devem escrever e desenharem com letras grandes, para que as ideias estejam perfeitamente visíveis.

## CERTIFIQUE-SE DE QUE CADA IDEIA FOI OUVIDA E CAPTURADA

Concentre-se em uma solicitação de *brainstorming*, uma a uma, e esforce-se para ter uma conversa por vez. Se as pessoas falam ao mesmo tempo umas com as outras, corre-se o risco de se perder ideias e elas não se sentirão tão acolhidas em participar. Se você é o facilitador, certifique-se de que cada pessoa sustente sua ideia ao explicá-la. Se você tiver um esboço de uma ideia, adicione um título, pois ajudará as pessoas a gravarem o nome ou frase para a ideia que estão vendo.

## MANTENHA A ENERGIA ELEVADA

Certifique-se de que o ritmo do *brainstorming* permanece rápido e dinâmico. Cada ideia deve levar apenas 15-20 segundos para ser explicada, e todos devem falar para que não se torne um monopólio de ideias. Mude para um novo *brainstorming* a cada 15 minutos.

“

Compartilhar ideias visualmente, ou pensar em voz alta juntos é uma habilidade importante que realmente ajudou a equipe a permanecer unida. O compartilhamento visual por meio de esboços e post-its é uma prática que recomendamos, mas ainda precisamos nos lembrar de fazer isso em reuniões. Não é natural, mas algumas de nossas reuniões mais produtivas incorporaram métodos visuais de compartilhamento e gravação.

*Equipe da Biblioteca Pública de Chicago*

”

PASSO  
4 de 5



### PRONTO PARA BRAINSTORM?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 3, página 33

## PASSO 4: GERE IDEIAS

# Use votação para selecionar ideias

Imediatamente após um *brainstorming* gerador, tome nota do entusiasmo e da energia que sua equipe tem em torno de determinadas ideias. Faça uma votação para escolher as melhores ideias que apontará a concentração de votos das ideias que contagiem a todos, criando áreas de “calor” e “energia”. Ao votar em ideias no grupo, você pode envolver mais amplamente os outros e assim obterá o alinhamento de como poderá avançar.



### IDEIAS AGRUPADAS

Passes alguns minutos após o *brainstorming* para agrupar ideias semelhantes ou relacionadas.

### VOTE NOS FAVORITOS

Use adesivos (nós usamos pontos coloridos) ou post-its para indicar um “voto” em uma ideia. Dê à sua equipe, um número limitado de pontos – por exemplo: 3-5, dependendo do número de ideias que você tiver. Limitar o número de votos garante que as pessoas escolham as ideias que proporcionam mais confiança. Peça à equipe para votar em ideias que tenham: 1. probabilidade de êxito/sucesso; e 2. frescor e inovação.

### DISCUTA OS RESULTADOS

Dê um passo atrás em suas ideias e veja onde existem áreas mais pontuadas e, portanto, a maioria dos votos. Com a equipe, avalie as ideias mais promissoras e decidam quais delas desenvolver. Seja realista sobre o número que você pode conduzir – aponte duas ou três ideias para começar.

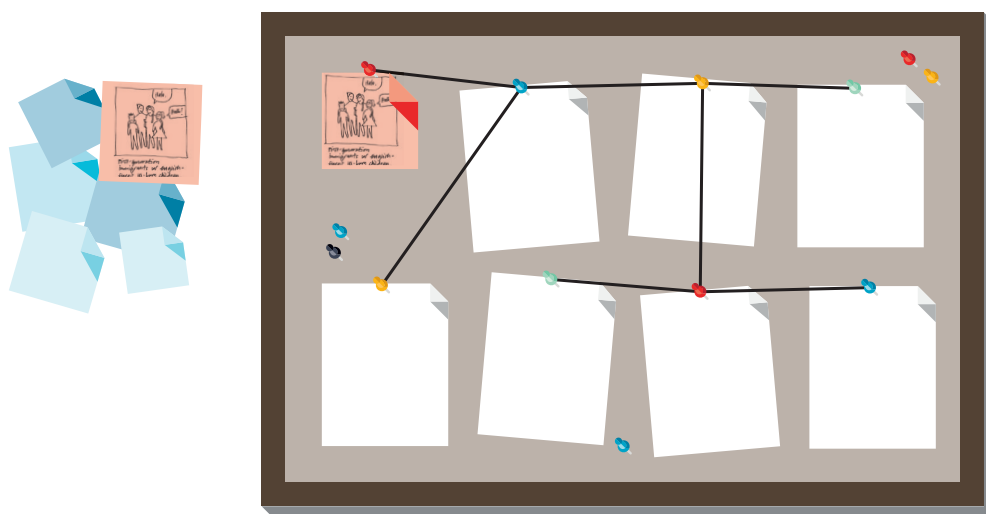
## PASSO 5

# CRIE PROTÓTIPOS

Agora é hora de começar a fazer com que suas principais ideias sejam tangíveis. Um protótipo, ou uma representação física do seu conceito, permite compartilhar uma ideia com outras pessoas, obter *feedback* e aprender a aperfeiçoá-lo. Você pode fazer protótipos praticamente de qualquer coisa. Nesta sessão, você aprenderá como iniciar a prototipagem e no próximo capítulo verá como pode aperfeiçoar os protótipos para auxiliar no contexto de seus usuários.

## Crie um Mapa Conceitual

Revisite suas melhores ideias e considere como pode transformá-las em protótipos. Como parte desta etapa, você refinará a intenção de seu conceito, com base em algumas perguntas-chave. Trabalhando juntos ao descrever suas ideias, a equipe terá mais compreensão compartilhada do que você quer alcançar e dividirá as tarefas, prototipando mais facilmente.



*Mantenha os post-its de brainstorming que descrevam suas ideias principais – eles são o ponto de partida para um mapa conceitual.*

## PASSO 5: CRIE PROTÓTIPOS

### AVALIE SUAS MELHORES IDEIAS

Olhe para trás em seu *brainstorming* e para as ideias que receberam mais pontuação na votação. Como equipe, avalie as ideias com base nas perguntas abaixo, que podem ajudá-lo a julgar qual delas poderia ser melhor para começar a prototipagem. Isso não significa que as outras ideias desaparecerão. Você pode certamente mantê-las em torno de seu “arquivo de ideia promissora” e buscá-las mais tarde.

- Instintivamente de que maneira você está entusiasmado com essa ideia?
- Quão inovadora e arejada é essa ideia?
- Quão prática, realista e viável é essa ideia?

### DESTILE A IDEIA

Com sua equipe, usando uma grande folha de papel, resuma sua ideia em uma única frase. No topo do papel, dê ao seu conceito um título. Coloque em post-its seu *brainstorming* relacionado a essa ideia, para que você tenha um lembrete de onde ela se originou. Escreva alguns pontos sobre como essa ideia afetará o seu desafio e o usuário que você está abordando.

### QUEBRE A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Qualquer conceito que tenha pensado terá início, meio e fim para o usuário experimentá-lo. Embora você possa apenas ter um ou dois post-its de seu *brainstorming* que mencionam a sua ideia, é hora de desfazer o significado por trás do conceito e realmente expandir cada estágio do programa, serviço ou espaço que você esteja imaginando. Desenhe uma viagem ou uma série de cenas, começando com um esboço e alguns pontos sobre quem seja o seu usuário ideal. Certifique-se de cobrir todas as perguntas abaixo em seu mapa conceitual:

- Quem é o seu usuário? Quais são os comportamentos e/ou características definidoras?
- Como o usuário ouve sobre o conceito? Como você constrói a consciência?
- Como o usuário realmente começa a usar o conceito?
- O que está acontecendo enquanto o usuário está experimentando o seu conceito? Quem está envolvido ou o que mais é necessário?
- Depois que o usuário experimenta o conceito, o que acontece?
- Como o conceito ajuda o usuário em longo prazo?
- O usuário defende o conceito e fala sobre ele com os outros?



PASSO  
5 de 5



### PRONTO PARA CRIAR UM MAPA CONCEITUAL?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 7, página 34

## PASSO 5: CRIE PROTÓTIPOS

# Crie um plano de jogo de prototipagem

Depois de ter criado um mapa conceitual, pode parecer assustador prototipar tudo de uma vez. No lugar disso, concentre-se nos protótipos que você aprenderá com os testes. Por agora, concentre-se em fazer com que ideias tornem-se reais entre sua equipe. Esses protótipos iniciais servirão de base para a experimentação real, sobre a qual você aprenderá mais no próximo capítulo.

### FAÇA AS PERGUNTAS CERTAS

Não podemos enfatizar o suficiente que a chave para o sucesso da prototipagem seja fazer as perguntas certas. Se sua pergunta for muito ampla, você não aprenderá tanto quanto gostaria. Sob cada um dos estágios de seu mapa conceitual, anote a única questão mais importante para responder sobre esta parte na experiência do usuário.

*Por exemplo:* diga que o seu desafio é ajudar crianças com a lição de casa, em programas de alfabetização pós-escolar. Se a primeira parte do seu conceito lida com inscrever-se para aulas particulares on-line, a sua “pergunta para responder” neste momento pode ser: “Os usuários estariam dispostos a fazer logon em um sistema de inscrição para lição de casa?”

A partir daí, pense sobre como você gostaria de testar esta pergunta. Isso poderia significar a criação de uma maquete de uma tela de computador ou de uma série de telas, esboçadas simplesmente em um pedaço de papel. Você poderia explicar ao seu usuário o que o site apresenta, como explorar o programa de lição de casa e perguntar se estaria disposto a se inscrever e usar esse sistema.

### PRIORIZE OS PROTÓTIPOS

Olhe para trás, nas perguntas que você está esperando para responder. Quais são as mais importantes e urgentes? Para quais você sente, honestamente, que não tem resposta? Quais perguntas têm pressupostos inerentes? Essas perguntas são provavelmente as que você deve prototipar primeiro. Classifique as partes de seu mapa conceitual em ordem de prioridade e escolha as partes superiores 1-2 de seu conceito para o protótipo.



PASSO  
5 de 5



### PRONTO PARA CRIAR UM PLANO DE JOGO DE PROTOTIPAGEM?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 8, página 38



# UM OLHAR MAIS ATENTO: QUEBRE UM CONCEITO

Lembre-se de que um protótipo é essencialmente uma resposta tangível a uma questão teórica. Em vez de testar uma ideia completa, protótipos o ajudarão a responder a perguntas muito específicas dentro de uma ideia. Se você fizer uma pergunta muito ampla, ou um protótipo muito elaborado, poderá não encontrar as respostas que está procurando e perderá tempo no processo de design.

Exemplo de partes de conceitos transformadas em protótipos:

Como parte de um *workshop*, uma equipe estava pensando em novas maneiras de ajudar jovens dependentes de álcool. O grupo teve a ideia de criar centros de aconselhamento móveis que poderiam visitar bairros diferentes. A equipe decidiu construir um protótipo-modelo de escala do centro de aconselhamento móvel. Embora esse protótipo tenha ajudado a equipe a obter mais clareza sobre o que o centro pode parecer, não os ajudou a responder às perguntas específicas sobre como as pessoas poderiam interagir com o centro e qual o impacto que poderiam ter.

Aqui estão maneiras de quebrar essa ideia maior em protótipos menores e tangíveis:

## **CONCEITO: CENTRO DE ACONSELHAMENTO MÓVEL**

### **CONCEITO PARTE 1:**

Aprendendo sobre as sessões de aconselhamento sobre álcool.

### **PROTÓTIPO:**

Impressão de informações sobre sessões de aconselhamento em papel e sacos de plástico que as lojas de bebidas alcoólicas são obrigadas a usar.

### **PERGUNTA ESPECÍFICA:**

Há publicidade para sessões de aconselhamento em locais onde os usuários podem, naturalmente, tornar as pessoas mais propensas a responder?

---

### **CONCEITO PARTE 2:**

Inscrever-se para uma sessão de aconselhamento.

### **PROTÓTIPO:**

Configurar uma linha direta de apoio, em que amigos e familiares que conhecem alguém lutando contra um vício, possam chamar e conectar conselheiros com essas pessoas.

### **PERGUNTA ESPECÍFICA:**

Trabalhar com redes de amigos e familiares é mais ou menos eficaz do que com outras rotas?

---

### **CONCEITO PARTE 3:**

Centros que ajudam pessoas a permanecerem sóbrias após o aconselhamento.

### **PROTÓTIPO:**

Um sistema de suporte flexível que permita que as pessoas criem o próprio mix de boletins de e-mail, grupos de apoio e registro de chamadas.

### **PERGUNTA ESPECÍFICA:**

As pessoas querem projetar os próprios sistemas de suporte e, em caso afirmativo, quais são as formas preferidas de suporte que o centro pode oferecer?



# UM OLHAR MAIS ATENTO: FORMAS PARA PROTOTIPAR *Parte 1 de 2*

Você pode representar suas ideias de infinitas formas. A prototipagem não se trata de acertar na primeira vez, por isso recomendamos que experimente muitos métodos para ver o que pode funcionar com a ideia que está prevendo. Reúna os materiais que você pode utilizar e comece a construir!

## MATERIAIS

Muitos desses materiais podem pertencer ao jardim de infância e está aprovado. Encontre todos os materiais com os quais você acredita que seria divertido trabalhar e que não sejam muito caros.

- Papel: Papel de construção, cartaz, qualquer papel pesado, foam core (placas de papel em PVC), papelão, caixas;
- Adesivo: colas, pistola de cola quente, fita adesiva;
- Canetas: marcadores, giz de cera, lápis de cor;
- Tecidos: bolas de algodão, feltro, pano;
- Materiais de artesanato: varas de picolé, tintas, pincéis, cordas, cachimbo;
- Ferramentas: régua, tesouras, fita métrica, grampeadores



Modos de prototipar:

## UM MODELO

Junta uma simples representação tridimensional de sua ideia. Isso pode ser um modelo em escala ou uma experiência em escala real que você pode percorrer com sua equipe.



Um exemplo de uma apresentação usando um modelo com recursos existentes, tais como: blocos de espuma, um guarda-chuva, papel de construção e assim por diante.



Para um projeto IDEO, a equipe prototipou uma ferramenta cirúrgica relativamente complexa usando um marcador, um cartucho de filme vazio e um clipe (à esquerda). Esse protótipo simples ajudou a imaginar uma nova maneira de criar um dispositivo médico, muito mais ergonômico para cirurgiões (produto final à direita).





# UM OLHAR MAIS ATENTO: FORMAS PARA PROTOTIPAR *Parte 2 de 2*

## UMA MAQUETE DIGITAL

Maquete, uma ferramenta digital com esboços de telas em papel. Cole o papel na tela de um dispositivo, como um telefone ou computador para imitar o contexto de uma interação digital.

## UMA DRAMATIZAÇÃO

Experimente a sua ideia. Coloque-se no lugar das pessoas, na situação e descubra as perguntas que elas poderiam fazer. Considere a montagem de adereços, uniformes ou outras ferramentas que a pessoa que está encenando a ideia possa precisar para despertar o interesse de um usuário na biblioteca.



*Como parte de um projeto da IDEO para reinventar a farmácia, um membro da equipe prototipou uma interação de serviço, desempenhando o papel de um novo guia de saúde, o que ajudou a equipe a entender melhor o que uma conversa de consultoria pode nos fazer sentir.*

## UMA PROPAGANDA

Crie uma maquete de um anúncio que promova a sua ideia, se for um programa, um serviço ou um espaço. Pense em como você construiria a consciência da oferta e como comunicaria o seu valor para diferentes usuários.



*Uma equipe de projetos criou um flyer simulador que anuncia um conceito de saneamento para um usuário em potencial. Um protótipo como este pode ajudá-lo a entender como você se comunicaria com os seus usuários.*

## UM ESPAÇO RENOVADO

Se o seu protótipo diz respeito ao design do espaço, veja se poderá prototipar dentro desse espaço existente ou criar uma cena que descreva o que o ambiente deve fazê-lo sentir. Fique à vontade para construir fora do mobiliário existente e lembre-se de manter as coisas representacionais. (Por exemplo: no mundo da prototipagem, as caixas de papelão podem ser cadeiras, e os ‘carrinhos de guardar livros’ podem funcionar como estantes!)



*Uma equipe criou um protótipo de elementos em um espaço para crianças usando um carrinho de rodas como “prateleiras”, almofadas de assento e brinquedos.*

## PASSO 5: CRIE PROTÓTIPOS

# Planeje um dia de ação

Uma das melhores maneiras de começar a prototipagem de maneira rápida e divertida é planejar o que chamamos de “faça o dia” ou “*make-a-thon*”. Reservar um dia ou metade de um dia com sua equipe para começar a agir é um ótimo modo de entrar no clima de construção rápida e intuitiva. Na concepção da abordagem do Design Thinking, acreditamos que traduzir ideias rapidamente em protótipos tangíveis é muito mais valioso do que planejar meticulosamente uma nova ideia a ser realizada durante um longo período de tempo. Este é o motivo pelo qual acreditamos que você possa aprender muito mais – e mais barato – com um protótipo simples, melhor do que com um esforço grande, caro e que ponha em risco não somente o dinheiro, mas o tempo. Chamamos esses protótipos simples de “baixa fidelidade”.

Sabemos que a ideia de prototipagem pode parecer assustadora no início, especialmente se você sempre teve dificuldade. Desde quando você usa artesanato e constrói objetos com as mãos? Recorde quando você era uma criança e não tinha nenhuma inibição sobre o desenho ou o brincar, seja lá com o que você tivesse à mão. Você era engenhoso, energizado e corajoso. Tente recordar essa memória ao começar a prototipagem.

“

**É** importante saber que a primeira ideia do protótipo pode não ser a “certa” – provavelmente não será – mas isso não é o produto final! Você tem que começar de algum lugar e apenas fazê-lo.

*Equipe da Biblioteca Pública de Aarhus*

”



PASSO  
5 de 5



*Equipe em Aarhus trabalhando rapidamente para se concentrar em uma ideia de protótipo durante o seu dia de trabalho.*



### PRONTO PARA PLANEJAR UM DIA DE AÇÃO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 3, Atividade 9, página 39

## PASSO 5: CRIE PROTÓTIPOS

### LÍDER DE EQUIPE

#### AJUSTE UM CALENDÁRIO E OBJETIVOS PARA O DIA

Faça os dias funcionarem melhor, quando bem programados e cronometrados. Ter restrição de tempo pode ajudar você e sua equipe a sentir a pressão e a emoção de construir algo novo em apenas algumas horas. Defina um objetivo juntos para criar pelo menos 2-3 protótipos de um conceito, até o fim de seu dia de trabalho e divida sua equipe em subequipes, se você tiver pessoas suficientes para fazê-lo.

#### FALE MENOS, FAÇA MAIS

Considere este mantra durante a prototipagem: gaste menos tempo discutindo uma ideia e mais tempo usando suas mãos para construir ou esboçá-la. Este não é o momento de ter longas conversas ou argumentos filosóficos. É sim de agir, intuitivamente, sem o medo do que os outros vão pensar. Não é sobre ter a resposta certa, é sobre ter pelo menos uma resposta. Deixe a crítica e a discussão intelectual para mais tarde.

#### RECUPERE MATERIAIS E ESPAÇO

Revise a lista de materiais em “Um olhar mais atento: Formas para Protótipos (p. 71)” e colete o maior número possível. Reserve um espaço em sua biblioteca onde você possa se espalhar. As coisas podem ficar um pouco confusas como no começo de seu protótipo.

#### PRATIQUE O COMPARTILHAMENTO DE SEU PROTÓTIPO

Reserve um tempo no fim do dia para sua equipe principal se reunir e rever o que você criou. Se tiver membros da equipe externos – como membros da comunidade interessados fora de sua equipe, ou outros parceiros – este pode ser um bom momento para envolvê-los no dia da realização. Se você tiver vários protótipos dentro de sua equipe, apresente-os uns aos outros e, se possível, tente experimentar os protótipos uns dos outros, mesmo em situações de brincadeira ou “faz de conta”.



Em um dia de trabalho na Biblioteca Pública de Aarhus, a equipe compartilha e explica seu protótipo a outras equipes de bibliotecas e funcionários.

#### LEMBRE-SE DE FALHAR PARA FRENTE

Alguns protótipos o farão se sentir bem, enquanto outros não. Tente não pensar no que parece ser um fracasso, porque de fato quando falhamos aprendemos algo novo. Antes mesmo de começar a construir, abrace a ideia de que um protótipo que não funcionar poderá oferecer sabedoria de como você poderá avançar (chamamos essa ideia de “falhar para frente”). Leia o próximo capítulo para saber como receber o *feedback* mais produtivo das pessoas e como isso impulsiona o processo de design.

## PASSO 5: CRIE PROTÓTIPOS

### EXEMPLO: O CPL FAZ O DIA

Como parte do *Make Day*, uma equipe de bibliotecários na Biblioteca Pública de Chicago se concentrou em criar um espaço de co-trabalho dentro da biblioteca, prototipando um conceito em torno de uma classe focada na publicação. O conceito era uma classe em pequena escala que ensinaria aos usuários interessados como publicar um livro on-line. Em apenas algumas horas, a equipe discutiu como o conceito funcionaria, reorganizou os móveis no espaço da biblioteca para representar um possível ambiente de sala de aula e criou uma comunicação para divulgar a ideia do programa.



Mark Kaplan, líder da equipe na Biblioteca Pública de Chicago, explica o protótipo da equipe no final do Make-Day para outros funcionários e líderes da biblioteca.



A equipe prototipou um calendário digital, de um mês de programação, para espalhar a consciência aos usuários, usando materiais simples como papel colorido e marcadores.



A equipe sonhava em ter um bar-café integrado ao seu conceito de sala. Então fizeram um protótipo simples sinalizando o café e as "xícaras" de papel para representar a ideia.



# ESTUDO DE CASO

**No. 1**

## “Merenda Escolar”

### O DESAFIO

Quando o sino do intervalo tocou, no Distrito Escolar Unificado de São Francisco (SFUSD), 72% daqueles que podiam pagar a merenda não estavam comparecendo. O distrito já havia contratado a *Revolution Foods*, uma fornecedora que serve algumas das refeições mais nutritivas do país; assim, não se tratava apenas de comida. Tratava-se da experiência de comer na escola. Em um mundo em que os alunos estão acostumados a expressar as opiniões sobre as mídias sociais, eles não tinham voz na formação de suas experiências sobre a merenda.

### VISÃO GERAL

Trabalhando juntos com mais de 1.300 alunos, pais, líderes sindicais, nutricionistas, diretores, coordenadores, professores e grupos comunitários, a IDEO e o SFUSD trabalharam para redesenhar a merenda escolar. A equipe descobriu uma variedade de barreiras, incluindo o fato de que o distrito tinha capacidade limitada para o atendimento ao cliente. Os alunos esperavam em longas filas, correndo para terminar e se alimentando em espaços improvisados. Muitas crianças simplesmente optavam por comer fora da escola com os amigos, ou optavam por não comer.

A equipe desenvolveu recomendações para três experiências apropriadas à idade: alimentação comunitária, espaços projetados pelos alunos e novas plataformas tecnológicas. Para ter certeza de que essas ideias iriam lidar com o déficit operacional, a IDEO trabalhou em estreita colaboração com o SFUSD para desenvolver um modelo de negócio robusto, considerando milhares de dados, tais como: o custo por refeição para ser entregue (delivery) e onde o ketchup seria colocado na lanchonete.

Em setembro de 2013, a Junta Escolar Unificada de São Francisco expressou entusiasmo unânime pelo trabalho da IDEO, abrindo o caminho para essa nova visão de “merenda centrada no aluno”.

SHIFTING THE CAFETERIA FLOW



INTEGRATING FOOD INTO THE DAY



PLAYING WITH PRESENTATION



ACTIVATING COMMUNITY PARTICIPATION



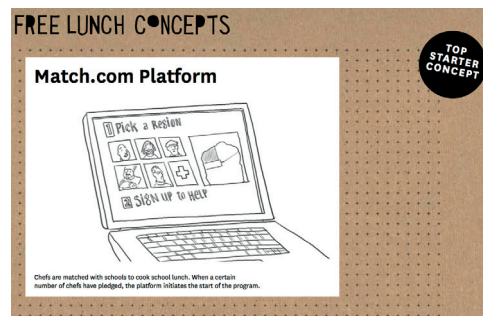
ENGAGING PARENTS



Os participantes da oficina dividiram-se em grupos e passaram uma hora preparando e desenvolvendo protótipos para apresentar ao grupo.

### POR QUE A IDEIAÇÃO FOI IMPORTANTE

Como discutimos, a fase de design não é inteiramente linear, a equipe de design passou da pesquisa para a ideação, voltou à pesquisa e depois à ideação, antes de sintetizar suas descobertas. Para cada pessoa que encontraram, a equipe compartilhou as três citações mais memoráveis, bem como as três perguntas de “Como poderíamos?” e três ideias de soluções-dirigidas. Esse processo de alternância rápida, entre as fases de inspiração e ideação, resultou em mais de 50 conceitos no final da fase de pesquisa.



Com base na percepção de que o distrito deve passar de um modelo dependente de reembolso, para um que incorpore parcerias estratégicas, a equipe surgiu com a ideia de combinar chefs nas escolas para preparar a refeição.

A equipe, em seguida, organizou um workshop para mapear seis cenários orientados para o futuro com as partes interessadas. Um dos exemplos de cenário foi chamado de “refeição inteligente”, onde os alunos poderiam usar seus smartphones para encomendar a refeição pela manhã, dando uma sensação de escolha para o aluno e ajudando o sistema a prever a demanda. Eles, então, “viraram a esquina” rapidamente de ideias de brainstorming para fazer protótipos de baixa fidelidade – no caso da refeição inteligente –, este era um quiosque de papelão com uma prateleira para um aplicativo de pedido habilitado para iPad. Seguido de atividades, com rodadas de envolvimento da comunidade (oficinas, pesquisas on-line, uma exposição pública e muito mais), a equipe considerou todas as ideias importantes, através da lente de factibilidade, desejo e viabilidade e para avaliar se valeu a pena prosseguir.



A equipe organizou workshops com as partes interessadas para envolver todos os participantes no processo de design.



# ESTUDO DE CASO No. 2

## “Projeto Brooks Pure”

### O DESAFIO

A *Brooks Sports*, empresa de calçados, roupas e acessórios de alto desempenho, foi reconhecida como uma marca para corredores profissionais, mas assumiu uma nova missão de criar tênis de corrida que são “um passeio perfeito para cada passo”. Apesar de seu sucesso, *Brooks* queria ampliar sua clientela. Não só estava perdendo a tendência em relação a sapatos ultraleves e/ou “corrida descalça”, como tinha um desejo de entender melhor as necessidades dos corredores. Por isso, se aproximou da IDEO para obter ajuda.

### VISÃO GERAL

Três projetos colaborativos concentrados em ajudar *Brooks* a entender melhor as necessidades emocionais dos corredores e a cumprir sua promessa de marca, lançada com seus primeiros sapatos leves, chamados *PureProject Collection*.

Para descobrir o papel que as pessoas desempenham na vida, a equipe realizou entrevistas em contexto e fez compras ao lado de “corredores não oficiais” com idades entre 25-35 anos, nos Estados Unidos e na Europa, um grupo que incluía novos corredores, por diferentes razões, e pessoas que correm três vezes ou menos por semana. A equipe aprendeu que esses corredores queriam uma experiência de corrida mais simples e descontraída, mas também queriam a tranquilidade de um sapato confortável, autêntico e verdadeiro.

A colaboração resultou em uma coleção de calçados e a história de uma marca que atrai tanto corredores novos quanto experientes, por se concentrar no simples, na alegria de correr. Brooks PureProject promove com seus sapatos uma experiência natural, utilizando materiais leves e palmilhas adaptáveis. As vendas dispararam. Os sapatos *PureProject* estão disponíveis para compra em mais de 35 países e em mais de 700 lojas nos Estados Unidos.



A equipe gerou ideias em conjunto sobre o sapato do sonho, usando <sup>23</sup> materiais de baixa fidelidade como feltro e pistolas de cola quente, para atender às necessidades dos corredores sobre o “sentimento” de uma corrida

### POR QUE A IDEIAÇÃO FOI IMPORTANTE?

Em vez de confiar nas sugestões de um projeto interno ou na análise de tendências, a equipe conversou com uma série de corredores diretamente. Eles traduziram sua pesquisa nos seguintes *insights*, além de outros:

- Como os tênis de corridas tornaram-se excessivamente tecnológicos e complicados, as pessoas são mais atraídas para sapatos com funções intuitivas e design proposital;
- As pessoas querem encontrar sapatos que se encaixam em suas necessidades e estilo único e se sintam confiantes em sua escolha;
- Existem tipos distintos nas experiências de corrida. Às vezes, os corredores querem “sentir” ao se conectarem à corrida. Outros preferem “flutuar”, desfrutando amplo amortecimento e se conectando a fones de ouvido para relaxar.

Baseando-se para além dessas introspecções, a equipe perguntou: “Como poderíamos alcançar as necessidades dos corredores que querem “sentir” mais do que “flutuar”? E como poderíamos criar sapatos que se encaixem nos estilos únicos das pessoas, ao mesmo tempo em que tornamos as funções dos sapatos mais intuitivas e simplificadas? Para gerar mais ideias, a equipe planejou uma sessão conjunta de *brainstorming* que incluía não só designers IDEO, mas também a equipe de clientes da *Brooks*. O grupo representou uma diversidade de corredores e juntamente com eles idealizou o próprio protótipo dos “sapatos dos sonhos” feito com tecido, fita adesiva, papelão e outros materiais de baixa fidelidade. Esses protótipos representaram um estilo único e as necessidades de cada um dos corredores, além de definirem atributos de design para a linha de calçados icônicos do *PureProject*. Em última análise, a discussão sobre a experiência de corrida evoluiu para um debate sobre um espectro emocional, permitindo que os corredores escolhessem como eles gostariam de experimentar a corrida.



Os participantes dos grupos “desfocados” criaram uma variedade de protótipos malucos para projetar seus sapatos ideais

# Referências

## LEIA

### **TOOLKIT DE DESIGN THINKING PARA EDUCADORES, 2ª EDIÇÃO**

*Capítulos de Interpretação e Ideação*

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

### **MÉTODOS DE IDEAÇÃO KIT DE DESIGN**

<http://www.designkit.org/methods>

### **ACUMEN + CURSOS DE INOVAÇÃO SOCIAL**

Leituras de Classe 2: Ideate

#### *A fase de Ideação em ação*

· Melissa Rohde está trabalhando com uma comunidade na Índia rural para projetar novas maneiras de diminuir a escassez de água e melhorar a segurança alimentar. Saiba mais sobre sua jornada através da fase de Ideação:

<http://bit.ly/HCDinIndia>

· Carla Lopez reflete sobre alguns dos desafios que sua equipe enfrentou durante a fase de Ideação de um projeto IDEO.org, referente a novas formas de fornecer treinamento técnico para agricultores no Quênia rural:

<http://bit.ly/JKandIDEOorg>

## ASSISTA

### **DESIGN THINKING PARA EDUCADORES CURSO EDUTÓPIA: 3 SEMANAS, IDEAÇÃO**

Ouçã da IDEO e de educadores sobre como eles trabalham com ideias.

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-ideation-week-three>

### **ABRACE A AMBIGUIDADE**

Patrice Martin, Co-Lead at IDEO.org, discute ambiguidade no Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>

### **FAÇA-O**

Krista Donaldson é designer e CEO da D-Rev, uma organização em São Francisco que projeta dispositivos médicos para melhorar a vida de pessoas vivendo com menos de US\$ 4 por dia. Ela discute como fazer prototipagem no Kit de Design.

<http://www.designkit.org/mindsets/4>



CAPÍTULO

4

# ITERAÇÃO

A fase de iteração leva suas ideias a evoluírem com base no *feedback* do usuário. Sua primeira ideia, muitas vezes, não é a melhor, e você deve iterar, ou construir a partir dessa ideia para melhorá-la.

Nesta fase, você começará a colocar seus protótipos em ação, coletando feedback e desenvolvendo, ainda mais, o seu conceito. A abordagem do Design Thinking nem sempre é linear, então você pode achar que precisa retornar aos estágios anteriores do processo, a fim de continuar a evolução de suas ideias, experiências e perspectivas, o que lhe dará uma grande base para as próximas fases do projeto.



# ITERAÇÃO

# RESUMO



## PASSO 1

### REFLITA SOBRE ITERAÇÃO p. 82

---

## PASSO 2

### OBTENHA FEEDBACK DO USUÁRIO p. 85

- Planeje entrevistas de *feedback* p. 85
  - Facilite bons *feedbacks* p. 87
  - Sintetize *feedback* p. 88
- 

## PASSO 3

### EXECUTE UM MINIPILOTO p. 89

- Design um minipiloto p. 89
  - Um olhar mais atento: Design um minipiloto p. 92
- 

## PASSO 4

### AVALIE SEU PROGRESSO p. 95

- Integre *feedback* em tempo real p. 95
  - Reavalie seu conceito p. 97
- 

## ESTUDOS DE CASO p. 99

- *Swipesense* pg. 99
  - TI no Espaço da Biblioteca p. 100
- 

## REFERÊNCIAS p. 102

**PASSO 1**

# REFLITA SOBRE ITERAÇÃO

O design iterativo é baseado em um processo de prototipagem e experimentação. Você cria conceitos tangíveis, reúne *feedback* de usuários, sintetiza informações e desenvolve o seu conceito. Em uma situação ideal, você começa com protótipos, testa seus protótipos na biblioteca e, eventualmente, implementa sua ideia para se tornar parte da oferta dos serviços prestados.

É importante notar que a iteração leva tempo. Diferentemente das fases de inspiração e ideação, você pode passar por várias rodadas de iteração em seu conceito, antes de estar pronto para implementar completamente uma ideia. O objetivo aqui é criar uma série de testes, ou minipilotos, que continua a construir em seu protótipo inicial, e para permanecer aberto à ideia de que o feedback do usuário o leva para direções que talvez você possa não ter antecipado. Pense nisso como uma versão informada e deliberada de tentativa e erro de algo, sabendo que seu conceito é imperfeito e que se está continuamente aprendendo a melhorar ao longo do caminho.

**PROTOTIPAGEM - MINIPILOTO - IMPLEMENTAÇÃO**

Nessa etapa do processo, projetaremos distinções dentro das iterações de sua ideia, à medida que elas se desenvolvem em uma sequência de três modos: prototipagem, minipiloto e implementação.



*Equipe na Biblioteca Pública de Aarhus criando um protótipo, usando materiais simples e de baixa fidelidade.*



**PASSO**  
**1 de 4**

## PASSO 1: REFLITA SOBRE ITERAÇÃO

**PROTOTIPAGEM**, como você aprendeu no último capítulo, é o passo inicial para tornar as ideias tangíveis. O ato de prototipagem transforma ideias em sua cabeça e as coloca de uma forma que pode ser entendida pelos outros. Protótipos são muitas vezes incompletos e de baixa fidelidade, sendo suficientemente representacionais para alguém entender ou imaginar sua ideia. Neste contexto, eles também se tornam os blocos de construção para um minipiloto.



*Uma equipe de design da IDEO quis projetar um novo processo de diagnóstico para tornar os aparelhos auditivos mais acessíveis na Índia rural. Eles desenvolveram um minipiloto treinando técnicos e passaram vários dias em aldeias experimentando o processo diagnóstico em pessoas que tinham problemas para ouvir. Eles aprenderam muito rapidamente – mesmo após as primeiras sessões – que seu protótipo era muito complexo para os usuários e precisava ser simplificado.*

**MINIPILOTOS** transformam protótipos em experiências mais completas para seus usuários de bibliotecas. Planejar e executar um minipiloto permite que você desenvolva seu conceito para uso no mundo real. Ao executar minipilotos (ou experimentos, como às vezes os chamamos), você reunirá evidências para avançar na direção da implementação de seu conceito. Ao contrário de um protótipo, os minipilotos para esse projeto devem operar e funcionar sem demasiada explicação para os usuários. As pessoas devem conseguir usá-los de maneira independente, sem orientação ou facilitação de sua equipe. Enquanto os pilotos não são menos precisos que um protótipo, ainda estão incompletos, mas úteis tanto para gerar feedback quanto para evoluir seu conceito.



*O Maker Lab é um espaço que representa a implementação de uma ideia em torno de um hacker ou laboratório orientado a criadores dentro da biblioteca. Embora seja plenamente funcional e sustentável diariamente, ele ainda continua a iterar e mudar dependendo das necessidades da comunidade ao longo do tempo.*



## PASSO 1: REFLITA SOBRE ITERAÇÃO

**IMPLEMENTAÇÃO** é colocar sua ideia no mundo de uma forma mais permanente. Isso não significa que seja uma solução final! Você pode continuar a iterar, mas sua solução está agora em um estágio no qual você está pronto para introduzir a ideia ao lado de suas ofertas existentes. Muitas vezes, equiparamos a implementação com a criação de um projeto-piloto; em outras palavras, é uma execução mais completa ou o julgamento de uma ideia, por um longo período de tempo. A implementação é muitas vezes possibilitada por um grupo maior de partes interessadas que ajudam a colocá-la no mundo, incluindo parceiros, liderança e outros funcionários. Nesta fase, a sua solução terá de ser testada e medida com base nas métricas e indicadores de

sucesso que criou a partir da fase do minipiloto.

À medida que você passar da prototipagem para o minipiloto, você fará perguntas como:

- Isso é valioso para o meu público-alvo?
- Em qual aspecto do protótipo vale a pena evoluir?

À medida que você passa dos minipilotos para a implementação completa, fará perguntas ligeiramente diferentes:

- Isso é sustentável ao longo do tempo?
- Possui potencial para se tornar uma oferta básica?

O gráfico a seguir distingue cada parte da iteração:

	<b>PROTÓTIPO</b> <i>(Elaborando uma ideia)</i>	<b>MINIPILOTO</b> <i>(Experimentando-a ao vivo)</i>	<b>IMPLEMENTAÇÃO</b> <i>(Tornando-a sustentável)</i>
<b>PROPÓSITO</b>	Faz uma ideia imediatamente tangível	Deliberadamente concebido com a intenção de responder a perguntas específicas	Uma expressão completa da visão de seus componentes
<b>PROPÓSITO</b>	Pode envolver os usuários	Funcional para usuários, sem precisar de explicação	Funcional e durável o suficiente para os usuários usarem durante um período de tempo
<b>PROPÓSITO</b>	Provoca reações nos usuários	Começa criando evidências e pode descobrir novas métricas	Altamente medido, orientado para a validação
<b>PROPÓSITO</b>	Orientado para <i>insights</i> -chave	Orientado para questões-chave	Orientado por métricas ou indicadores de sucesso
<b>CENÁRIO</b>	Em um ambiente de “teste” ou de segurança, como o espaço da equipe	Ao vivo e em tempo real dentro da biblioteca	Atua com serviços existentes, de forma permanente
<b>CENÁRIO</b>	Não necessariamente dentro de um contexto real	Contextual	Adaptável a vários sites
<b>FIDELIDADE</b>	Baixa fidelidade e simplesmente representativa de uma ideia	Fidelidade que qualquer usuário entenderia	Parece e funciona como algo real
<b>FIDELIDADE</b>	Feito rapidamente e usado para pensar em ideias	Requer um planejamento extensivo e o desenvolvimento de ideias	A execução de uma ideia totalmente formada
<b>FIDELIDADE</b>	Habilitado pela equipe principal de design	Habilitado tanto pela equipe central, quanto pelos parceiros ou por outro pessoal da biblioteca	Habilitado por uma grande rede de <i>stakeholder</i>
<b>PERÍODO</b>	Cria instâncias ou maquetes finitas	Natureza altamente iterativa e episódica	Realizado por um longo período de tempo

**PASSO**  
1 de 4



### PRONTO PARA REFLETIR SOBRE ITERAÇÃO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 4, Atividade 1, página 42

**PASSO 2**

# OBTENHA FEEDBACK DOS USUÁRIOS

Na fase de Ideação, você criou protótipos, agora é hora de usá-los para obter feedback do usuário, que é uma das ferramentas mais valiosas no desenvolvimento de uma ideia.

Em Design Thinking há pelo menos dois pontos em que é fundamental falar com as pessoas: no início de um projeto, para obter inspiração, e quando se tem protótipos, ou minipilotos, para obter *feedback*. Mesmo nesta fase, o feedback que você recolhe precisa ser gerador para que se possa adaptar continuamente o seu protótipo. O *feedback* ainda será exploratório em oposição à validação baseada. Não se trata de saber se a ideia é certa ou errada, e sim como realizar a melhor ideia.

## PLANEJE ENTREVISTAS DE FEEDBACK

Entrevistas de *feedback* têm algumas das mesmas qualidades das entrevistas anteriores, mas você estará mais focado em aprender o que os usuários pensam de seu protótipo, ao contrário de aprender sobre a vida dos usuários em geral. Você precisa obter *feedback* honesto, tanto positivo quanto negativo, a fim de evoluir em suas ideias. Aqui estão algumas dicas sobre como conduzir entrevistas de feedback.

### CONSIDERE OS MATERIAIS

Decida o contexto onde deseja compartilhar sua ideia. É útil estar em um ambiente informal com o qual você esteja familiarizado? Ou você aprenderá ao máximo observando o seu protótipo no contexto onde será usado?

### DEFINA QUAL TESTE

Determine que tipo de feedback está procurando: Você quer feedback sobre a primeira impressão de sua ideia? Você está tentando saber se as pessoas iriam participar de uma nova atividade que você projetou? Você está se perguntando como as pessoas se comportariam de forma diferente com seu novo conceito? Crie uma lista que irá lembrá-lo dos objetivos de sua pesquisa.

PASSO  
2 de 4



*Como parte de um projeto da IDEO sobre o uso de energia doméstica, obtivemos o feedback de um casal, mostrando-lhes uma maquete de um aplicativo para iPad que iria ajudá-los a economizar energia. Usando uma interface de tela de papel, a equipe perguntou ao casal o que funcionou bem e o que precisava de mais esclarecimentos.*

## PASSO 2: OBTENHA FEEDBACK DOS USUÁRIOS

### SELECIONE PARTICIPANTES PARA FEEDBACK

As pessoas que viram o desenvolvimento da sua ideia podem fornecer *feedback* detalhado, enquanto aquelas novas no conceito podem ajudá-lo a compreender quais os aspectos que são mais atraentes ou difíceis. Considere quais as perspectivas mais importantes. Com base nisso, crie uma lista de pessoas que você deseja envolver no processo de *feedback* e com quem você aprenderá mais. Às vezes, o *feedback* mais frutífero vem de uma discussão curta e espontânea. Inclua pessoas que você conheceu durante sua pesquisa de campo, bem como novos participantes. Lembre-se, você pode obter pessoas em suas redes sociais e entre os patrocinadores da biblioteca.

### PLANEJE A INTERAÇÃO E A LOGÍSTICA

Determine um local de reunião e um período de tempo para suas sessões de *feedback*. Considere pedir aos participantes que usem seu protótipo antes de conhecê-lo. Uma boa conversa de *feedback* é uma mistura de reações espontâneas ao seu protótipo, bem como perguntas estruturadas destinadas a comparar as opiniões de várias pessoas sobre o mesmo tópico. Prepare um guia de perguntas que o ajude a navegar pelos dois lados.

### ESCOLHA PERGUNTAS ABERTAS

Revisite as perguntas que surgiram durante o desenvolvimento de sua ideia. Escolha aquelas que deseja incluir em sessões de *feedback*. Com sua equipe, discuta outras áreas para explorar.



*Como parte de sua estratégia de feedback, uma equipe IDEO improvisou conversas com pessoas na rua para ouvir o pensamento delas sobre os seus trajetos diários. A equipe veio preparada com esboços e perguntas organizadas em uma prancheta para serem capazes de obter rapidamente reações dos transeuntes.*

### ESTRUTURE PERGUNTAS PARA INCENTIVAR A CONSTRUÇÃO DE IDEIAS

Formule suas perguntas para que elas levem a um *feedback* construtivo e incentivem os participantes a construir suas ideias, como:

- “Você pode descrever o que o estimula mais sobre essa ideia e por quê?”
- “Se você pudesse mudar alguma coisa nesse protótipo, o que seria?”
- “O que você gostaria de melhorar com essa ideia?”
- “O que você não gosta nessa ideia?”

Organize suas perguntas de acordo com a seguinte estrutura:

1. Inicie com impressões gerais. Deixe os participantes compartilharem os pensamentos iniciais sobre o seu conceito.
2. Peça *feedback* específico sobre sua ideia.
3. Abra a discussão e incentive uma conversa mais ampla.

Crie um formato legível de guia de perguntas para que você possa olhar para ele rapidamente durante a conversa.



PASSO  
2 de 4

## PASSO 2: OBTENHA FEEDBACK DO USUÁRIO

# FACILITE BONS FEEDBACKS

O ingrediente mais importante em uma conversa de *feedback* é a honestidade: as pessoas podem se sentir tímidas sobre dizer-lhe o que realmente pensam de sua ideia, se sabem que você está investindo muito nela. Crie uma configuração que incentive uma conversa aberta e pense nas dicas a seguir ao realizar sua entrevista.

### CONVIDE HONESTAMENTE E DÊ ABERTURA

Apresente o protótipo como um esboço em que você esteja trabalhando. Deixe claro que o desenvolvimento de sua ideia ainda está em andamento e que ainda não gastou muito tempo em aperfeiçoar os detalhes do protótipo.

### FIQUE NEUTRO

Apresente todos os conceitos com um tom neutro. Não fique na defensiva. Escute todos os comentários e tome nota, tanto dos comentários positivos quanto dos negativos.

### ADAPTE À MEDIDA QUE SEGUE

Incentive os participantes a construírem sobre a ideia, e mude seu protótipo à medida que continuam. Esteja pronto para eliminar ou mudar aspectos da ideia.

### CAPTURE FEEDBACKS

Conversas de feedback são ricas em informações e as impressões sutis das reações de um participante são, muitas vezes, as mais importantes para se lembrar. Reserve algum tempo, logo após a sessão, para capturar o que você observou. Discuta como melhorar seu protótipo e extrair ideias para uma próxima iteração imediatamente. Planeje algum tempo extra, depois de uma sessão de feedback, para que você possa compartilhar suas impressões logo após a conversa, quando ela ainda está fresca em sua mente.

“

É importante perguntar o que os usuários gostam sobre o protótipo, mas é tão mais importante perguntar do que NÃO GOSTAM... as pessoas não querem ferir seus sentimentos, mas você aprenderá muito mais com essas respostas em oposição ao que eles gostam.

*Marianne, Equipe de IT nas Bibliotecas Públicas de Aarhus*

”



PASSO  
2 de 4



### PRONTO PARA PLANEJAR E FACILITAR FEEDBACK?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 4, Atividade 2, página 43

## PASSO 2: OBTENHA FEEDBACK DOS USUÁRIOS

# SINETIZE COMENTÁRIOS

*Feedback* é valioso para o desenvolvimento de uma ideia, mas também pode ser bastante confuso. O que você escuta de diferentes usuários pode ser contraditório, ou pode não se alinhar com os seus objetivos. Classifique as respostas recebidas e decida o que integrar na sua próxima iteração.

### COMPARTILHE SUAS IMPRESSÕES

Discuta com sua equipe e compare os aprendizados de cada um. Tome notas ao considerar os seguintes avisos:

- O que os participantes valorizam mais?
- O que os deixa excitados?
- O que os convenceria sobre a ideia?
- Quais partes os participantes gostariam de melhorar?
- O que não funcionou?
- O que precisa de mais investigação?

### AGRUPE OS FEEDBACKS

Compartilhe as impressões captadas, logo após suas conversas de feedback. Anote em post-its. Classifique e agrupe o feedback: O que foi recebido positivamente? Quais

preocupações surgiram? Quais sugestões e compilações você encontrou?

### AVALIE A RELEVÂNCIA

Reserve um momento para revisitar onde você começou. O que você estava tentando aprender? Olhe para seus aprendizados e ideias anteriores. Qual era a sua intenção original? Será que ela ainda é verdadeira com base no *feedback* que você recebeu?

### PRIORIZE O FEEDBACK

O que é mais importante para tornar sua ideia um sucesso? Classifique suas anotações e crie uma visão geral do *feedback* ao qual deseja responder. Você pode priorizar mudanças onde as pessoas viram barreiras e enfatizar o que foi bem recebido. Então, iterar! Crie um protótipo novo e melhorado que você possa compartilhar ou adaptar ao seu protótipo existente. Passar por vários ciclos de *feedback* irá ajudá-lo a melhorar o seu conceito. Você aprenderá mais sobre isso nas próximas etapas.



Uma equipe discute o feedback e compara as descobertas, logo após testar um protótipo.

PASSO  
2 de 4



### PRONTO PARA SINETIZAR FEEDBACK?

No Livro de Atividades, vá para Capítulo 4, Atividade 3, página 45



## PASSO 3

# EXECUTE UM MINIPILOTO

Um minipiloto está situado entre fazer um protótipo e implementar uma ideia. Enquanto um protótipo torna uma ideia tangível, o minipiloto é uma maneira de evoluir o seu protótipo em uma experiência para os usuários. Fornece uma possibilidade de melhorar sua ideia antes de comprometer-se inteiramente com ela e com seus usuários da biblioteca. Aqui está uma visão geral do que deve ter em mente ao executar um minipiloto em sua biblioteca.

## DESIGN DE UM MINIPILOTO

Existem várias maneiras de projetar seu minipiloto. Você pode ter um evento inesperado de um dia ou uma hora para que os usuários se envolvam com sua ideia; você também pode produzir um evento de vários dias ou um experimento contínuo de longo prazo. Mais importante ainda, você deve garantir que esteja testando uma hipótese e respondendo a perguntas-chave que irão ajudá-lo a desenvolver a ideia ainda mais.

### DESENVOLVA UMA HIPÓTESE

Com base no que você aprendeu até agora sobre o protótipo, os seus usuários e os seus comportamentos, qual é a sua hipótese sobre o que acontecerá durante o minipiloto? Qual é o cenário ideal? Sua hipótese pode nem sempre estar correta, mas irá ajudá-lo a articular objetivos, suposições e expectativas.

### DESENVOLVA PERGUNTAS-CHAVE

Isso é crítico – sem perguntas-chave, você está testando sem um objetivo dirigido sobre o que precisa aprender. Com apenas algumas perguntas-chave, que deseja explorar, estará mais bem preparado sobre o que fazer para o

seu minipiloto. Uma das armadilhas comuns de criar um minipiloto após seus protótipos iniciais é pensar que ele tem que ser muito elaborado ou de alta fidelidade. Isso é um equívoco! Em vez disso, pense em sua experiência como um julgamento verdadeiramente focado, especificamente criado apenas para responder às suas perguntas-chave.

À medida que você desenvolve suas perguntas-chave, considere:

- O que é mais importante aprender a fim de melhorar a sua ideia?
- Em qual parte da ideia você está mais inseguro? Como isso pode ser desenvolvido em uma questão-chave?
- Quais são os pressupostos construídos em seu minipiloto? Como isso pode ser transformado em questões-chave, ou então você não assume nada?

“

Você tem que prototipar com intenção: ver os protótipos como uma ferramenta de aprendizagem – não se trata de experimentação aleatória, é experimentar com uma meta e uma hipótese para o que vai acontecer.

*Equipe de Bibliotecas Públicas de Aarhus*

”



PASSO  
3 de 4

## PASSO 3: EXECUTE UM MINIPILOTO

### EXEMPLO

A equipe da IDEO.org projetou um negócio envolvendo água, nutrição e saúde para ter três componentes: um vendedor porta a porta, um quiosque local, onde as pessoas poderiam se inscrever para entrega de água e produtos de saúde e um serviço de entrega, que trouxesse água limpa à casa dos clientes.

Eles criaram três minipilotos que examinaram essas ideias de forma mais detalhada ao longo de vários dias. Para obter o máximo de sua experiência, eles se concentraram nas seguintes questões-chave:

1. As pessoas só querem água potável, ou gostariam de água limpa para realizar outras tarefas também (como lavar, limpar e cozinhar)?
2. As pessoas estão dispostas a pagar por algo antecipadamente sem poder vê-lo (por exemplo: pagando por água que será entregue no dia seguinte)?
3. Faz sentido vender produtos de saúde e nutrição ao lado da água?

Até o final do primeiro dia do minipiloto, eles tinham 10 ordens de água para entregar aos clientes pagantes e aprenderam sobre uma tonelada desse conjunto inicial de clientes. Como eles desenvolveram um conjunto específico e focado de perguntas-chave, antes de começar a experimentar, eles poderiam se concentrar em respostas e aprendizados que iriam impulsioná-los para a próxima iteração.

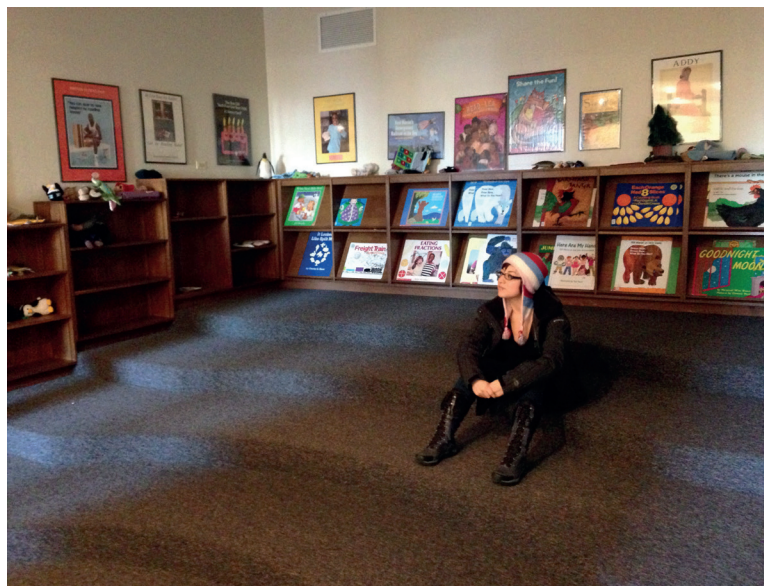


Pessoas vendendo para a empresa Smart Life.

### DEFINA O CONTEXTO

Planeje o site para o seu minipiloto. Ao contrário de um protótipo, seu minipiloto deve estar baseado em um contexto relevante. Por exemplo: se você estiver projetando aulas de alfabetização digital na biblioteca, poderá configurar seu minipiloto em um laboratório de informática ou em um local com acesso a recursos digitais. Ao pensar sobre o contexto do seu minipiloto, considere:

- Com base nas suas perguntas-chave, é melhor que o minipiloto ocorra dentro ou fora da biblioteca?
- Se você está escolhendo uma localização específica para o seu minipiloto, considere seu público-alvo. Onde o público provavelmente irá?
- Onde você tem mais recursos e permissão para experimentar? Pense em um contexto onde você terá mais poder e capacidade de assumir riscos.
- Em que contexto você está mais propenso a envolver os usuários? Se deseja aumentar suas chances de obter um bom feedback, você pode escolher um contexto no qual a interação do usuário já esteja acontecendo naturalmente.



Para entender melhor o contexto do ramo de seu próximo minipiloto, membros de uma equipe da Biblioteca Pública de Chicago visitaram o local antecipadamente para planejar como sua ideia poderia se adequar ao espaço existente.

## PASSO 3: EXECUTE UM MINIPILOTO

### IDENTIFIQUE RECURSOS

Seu minipiloto exigirá recursos e ao planejar, considere o que vai precisar. Muitas vezes, a execução de um minipiloto exigirá mais esforço e mais recursos do que um simples protótipo, uma vez que envolve a produção da representação de uma ideia para um usuário sem muita explicação. Como ele também estará presencialmente dentro do seu ambiente, você pode alertar e envolver outros funcionários e partes interessadas na execução do seu minipiloto. Considere o seguinte ao coletar recursos para sua próxima iteração:

- Quais permissões você precisa para iniciar? Você pode engajar os outros para que eles se sintam envolvidos de forma positiva?
- Quem você precisará avisar antecipadamente? Relembre aos mais céticos que este minipiloto é provisório, e aqueles que não fazem nada para melhorar os serviços, terminam por não fazer nada e permanecem dentro do status quo. E isso não é o que o Design Thinking faz.
- De quem é a hora de agendar? A que horas você vai conduzir o seu minipiloto? Ele precisa ser pessoal ou facilitado de alguma forma?
- Que materiais adicionais você precisa? Novamente, pense no mínimo possível para executar a ideia com base nas perguntas que você está tentando responder.

### CRIE UM PLANO

Para começar, você também quer projetar um plano. Olhe para trás, para o mapa conceitual que criou quando começou a prototipagem. Você levou tempo e, esperançosamente, aprendeu algumas coisas novas sobre o que funcionou e o que não funcionou nesses protótipos. Agora está pronto para potencialmente integrar mais desses momentos ancorados pelos protótipos anteriores.

O próximo passo é fazer duas coisas: seu minipiloto deve melhorar e integrar os protótipos que já fez, e você deve explorar como pode construir outras partes do mapa para criar uma experiência mais completa do usuário. Você também pode achar útil reenquadrar seu mapa conceitual em outras estruturas para a experiência de design.



PASSO  
3 de 4



### PRONTO PARA PROJETAR UM MINIPILOTO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 4, Atividade 4, página 46



# UM OLHAR MAIS ATENTO: DESIGN UM MINIPILOTO

Parte 1 de 3

Como você já tem um mapa conceitual para a sua ideia, pode usar as seguintes instruções para ajudar a desenvolver seus pensamentos enquanto planeja seu minipiloto. Essas instruções ajudam a visualizar experiências para que você possa garantir que está pensando sobre a perspectiva da melhor imagem de sua ideia.

## JORNADA DO USUÁRIO



Seu mapa conceitual já pode levar em conta uma sequência de eventos que definam a jornada do usuário. Ao categorizar partes de uma experiência nestes momentos específicos, você pode garantir que sua equipe esteja considerando a experiência completa, e não apenas a prototipagem de uma parte isolada dessa experiência. Aqui está um exemplo de um conjunto de fases de uma jornada:

### **ATRAIA**

- Como você compartilha a consciência de sua ideia ao usuário?
- O que se torna atraente para o público-alvo?

### **ENTRE**

- Qual é a experiência que o usuário percebe em seu conceito pela primeira vez?
- Qual é a primeira impressão?

### **EMPENHE-SE**

- Como o usuário interage com sua ideia?
- Quais são os benefícios funcionais e emocionais na utilização?

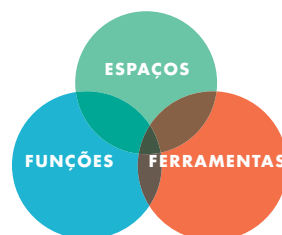
### **SAÍDA**

- O que acontece no final da experiência?
- O que os usuários levam da experiência?

### **AMPLIE**

- Após usar o conceito ou ideia, o que acontece com o usuário?
- Como o usuário poderá continuar usando seu conceito?

## FRAMEWORK DE SERVIÇOS



Se você estiver criando um serviço na biblioteca, também pode ser útil mapear seu minipiloto em termos de um *framework* de serviços. Acreditamos que qualquer serviço é formado essencialmente de três componentes: espaços, funções (pessoas) e ferramentas. Assegurar que você tenha pensado em todos os três como partes de seu serviço pode garantir que tenha cuidadosamente considerado a experiência completa do usuário do seu serviço.

### **ESPAÇOS**

- Que espaço o seu serviço requer?
- Como é o ambiente e como se comporta?

### **FUNÇÕES**

- Quem poderia facilitar o uso do serviço?
- Existem funções que já conhece ou somente novas envolvidas no serviço?
- O seu serviço requer alguma capacitação para executar as funções?

### **FERRAMENTAS**

- Quais ferramentas e recursos o seu serviço exigirá?
- As ferramentas são construídas ou incorporadas dentro dos espaços ou funções de alguma forma?

*Uma placa demonstrando uma jornada do usuário, semelhante a esboços e ideias para cada parte da jornada.*





# UM OLHAR MAIS ATENTO: DESIGN UM MINIPILOTO

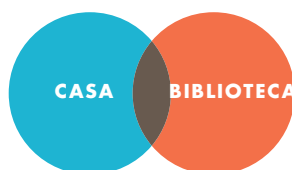
Parte 2 de 3

## CASA / DIAGRAMA VENN BIBLIOTECA

Outra maneira muito simples de mapear o seu minipiloto é pensar em como ele pode impactar o usuário, tanto em sua casa quanto na biblioteca. Muitas vezes você pensa em usuários sempre dentro do contexto da biblioteca, mas pode ser muito útil imaginar como seu minipiloto pode trabalhar enquanto os usuários estão em casa. Desenhe um diagrama Venn com um círculo representando a “casa” e o outro representando a “biblioteca” e pense nas seguintes perguntas:

### CASA

- Como os usuários podem acessar informações sobre sua ideia em casa?
- Como os usuários podem ficar conectados ao seu conceito em casa?
- Como os usuários falariam sobre o seu conceito para amigos ou familiares?



### BIBLIOTECA

- Como os usuários podem se envolver com seu minipiloto na biblioteca?  
Em toda a biblioteca?
- Como o usuário encontra o minipiloto?

## EXEMPLO

### BIBLIOTECA PÚBLICA DE CHICAGO EVENTO PARA ADOLESCENTES

Uma equipe da Biblioteca Pública de Chicago preparou seu desafio de design com o desejo de criar atividades para atrair adolescentes para a biblioteca. Por meio de entrevistas com os usuários, tiveram uma visão de que os adolescentes precisavam de estrutura suficiente para permanecerem comprometidos, mas também de alguma liberdade para explorar e improvisar. Os adolescentes precisavam de um equilíbrio entre atividades estruturadas e não estruturadas. Durante um dia de construção, a equipe criou um espaço móvel de atividades para adolescentes que oferecia estrutura e liberdade de forma a incentivar a auto expressão. Em seguida, eles entrevistaram os adolescentes para obter feedback sobre a ideia inicial. Com base nesse *feedback*, a ideia começou a evoluir para uma experiência de laboratório de mídias, onde os adolescentes poderiam sair e experimentar novas formas de mídias digital e analógica.



Matthew, um dos membros da equipe do projeto, falando com outros funcionários da biblioteca sobre seu protótipo inicial, que inclui cortinas para representar paredes e caixas de papelão que simulavam alto-falantes.

Em sua jornada de transição, o que eles aprenderam em seu primeiro protótipo de um minipiloto foi que a equipe gastou tempo desenvolvendo uma hipótese e dando forma a perguntas-chave. Algumas das perguntas incluíram: Os adolescentes estariam interessados em atividades analógicas e digitais? De quanta facilitação os adolescentes precisavam? Quanto tempo seria necessário para a biblioteca realizar um evento como este?

A equipe implantou seu primeiro minipiloto em uma filial em Chicago. Prepararam uma sala com minipiloto, com estações para: música digital, uma cabine para *selfie*, pintura e uma máquina de escrever manual. Cada estação foi conduzida por um bibliotecário que gentilmente ajudou a facilitar as atividades



Matthew, um bibliotecário apaixonado por música, mostra aos adolescentes como fazer música usando um iPad durante o primeiro minipiloto da equipe.



# UM OLHAR MAIS ATENTO: DESIGN UM MINIPILOTO Parte 3 de 3

Para surpresa da equipe, os adolescentes não estavam muito interessados na mídia digital, mas queriam pintar e brincar com a máquina de escrever. As atividades que não exigiram muita intervenção dos bibliotecários despertaram maior interesse nos adolescentes. Eles também perceberam que as atividades oferecidas provavelmente precisavam ser realizadas após as aulas, em uma área particular, o que deveriam ter como parte de seu laboratório, complementando as atividades existentes na comunidade local. Depois de sintetizar seu aprendizado, a equipe começou a planejar sua próxima iteração.

Para tanto, a equipe desenvolveu ainda mais o conceito, aprendendo sobre o contexto local da biblioteca escolhida e montou um espaço com atividades menos digitais e mais analógicas. Uma das atividades que os adolescentes adoraram foi o mural de pintura nas paredes, usando tinta lavável. A partir



Uma adolescente pintando um mural com tinta lavável, na segunda experiência da equipe na Biblioteca de Chicago Legler.



A equipe descobriu que as atividades mais analógicas, como a pintura, a contação de histórias e a máquina de escrever, eram novidades para os adolescentes acostumados com tecnologia digital, tornando-se as mais procuradas no evento.

de suas observações, a equipe constatou que os adolescentes gostavam da sensação de quebrar as regras, fazendo algo na biblioteca que não seriam capazes de fazer em casa – como pintar as paredes com o que eles queriam!

A equipe continuou a iterar e desenvolveu um programa para adolescentes chamado *Make Noise* (Faça Barulho), um programa após as aulas para os adolescentes confraternizarem e criarem. Foi um programa contínuo, uma vez por semana em uma filial da biblioteca. A partir dessas experiências, a equipe foi capaz de influenciar a criação de um grupo de bibliotecários de adolescentes dentro da Biblioteca Pública de Chicago, e ajudou a mentorear outros bibliotecários, na esperança de desenvolverem programações para este público.

**CHICAGO PUBLIC LIBRARY**

# MAKE. NOISE.

TEENAGERS JOIN US TO...

HANG OUT.

MAKE.

CREATE.

Tuesdays  
January 21-February 11  
3:30-5 p.m.

West Belmont Branch  
3104 N. Narragansett Avenue  
60634  
(312) 746-5142

   Please call for accommodations: (312) 747-4282 (Voice) (312) 747-4046 (TTY)

Please consider the environment when disposing of this material - Recycle, Reuse, Recycle.

Um cartaz divulgando o programa para os adolescentes.

**PASSO 4**

# AVALIE SEU PROGRESSO

Depois de coletar o feedback do usuário e observá-lo no contexto de seu minipiloto, sintetize essas informações para avaliar o seu progresso. Grande parte da fase de iteração é sobre ser reflexivo; você estará constantemente tendo feedback e trabalhando com sua equipe para construir a próxima iteração. Neste ponto, também recomendamos a avaliação de restrições práticas, porque em breve você começará a considerar como vai sustentar seu minipiloto e como poderá implementar suas ideias de forma mais contínua.

## INTEGRE FEEDBACK EM TEMPO REAL

Muito trabalho girou em torno do desenvolvimento de sua ideia, e agora é hora de manter o ímpeto. Reflita sobre o que você aprendeu usando essa informação para melhorar sua ideia.



*Nicole Steeves, bibliotecária da Biblioteca Pública de Chicago, faz um tour por um espaço renovado de Aprendizagem da Língua Inglesa e recebe feedback imediato de um grupo de tutores de línguas.*



PASSO  
4 de 4

## PASSO 4: AVALIE SEU PROGRESSO

### REVISE A APRENDIZAGEM

Compare as notas da mesma forma que fez, depois de receber feedback sobre seus protótipos iniciais. Uma vez que, em um minipiloto, você terá tido mais tempo para observar os usuários em um contexto natural, certifique-se de não esquecer as sutilezas sobre o modo como os usuários interagiram com sua ideia. Tome nota sobre sua conversa. Considere os seguintes avisos:

- O que os participantes valorizaram mais?
- O que os deixou excitados?
- O que os convenceria sobre a ideia?
- Quais partes os participantes gostariam de melhorar?
- O que não funcionou?
- O que precisa de mais investigação?

### PROCURE O INESPERADO

Uma das maneiras mais produtivas de refletir sobre o seu minipiloto é procurar por comportamentos surpreendentes ou inesperados dos usuários. Se um usuário interagiu com a experiência de uma maneira que você não pretendia, ou que você não previu, muitas vezes, esse comportamento pode ser mais útil do que se tivesse agido como o esperado. Discuta com sua equipe se alguém notou comportamentos inesperados dos usuários durante o minipiloto. As observações podem incluir nuances, tais como: o trajeto/percurso do caminho, as expressões faciais, a linguagem corporal, e assim por diante.

### REVISE SUAS PERGUNTAS-CHAVE

Revisite as perguntas-chave que desenvolveu e projetou em seu minipiloto. Quais perguntas você respondeu e quais ainda permanecem? Quais perguntas podem ser mudadas, com base no que você aprendeu até agora? Que novas perguntas você formularia, baseadas em seu último minipiloto?

### IDENTIFIQUE AS PRÓXIMAS ETAPAS

Olhe seu mapa conceitual e todas as estruturas que você desenvolveu ao projetar seu minipiloto. Discuta com sua equipe como gostaria de avançar na próxima iteração. Considere perguntas como:

- O que é desejável, viável e factível tanto para os usuários quanto para a biblioteca?
- Que partes do minipiloto melhor abordam o desafio original de design?
- O que ainda é necessário resolver como equipe?



PASSO  
4 de 4



### PRONTO PARA INTEGRAR FEEDBACK?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 4, Atividade 5, página 49



## PASSO 4: AVALIE SEU PROGRESSO

# REAVALIE SEU CONCEITO

Você agora sintetizou o feedback de seu minipiloto e a ideia evoluiu ao longo do caminho percorrido desde o desafio original de design, através de Inspiração, Ideação e, agora, Iteração. Aproveite um momento para parabenizar a sua equipe por trabalhar com afinco desde o início, por meio do processo de Design Thinking. Este é um primeiro grandioso passo para fazer a mudança acontecer em sua biblioteca!

No próximo capítulo, você aprenderá mais sobre como implementar sua ideia com um programa de trabalho, serviço ou espaço, ao lado do que já existe em sua biblioteca. Geralmente leva várias rodadas de pilotagem e reflexão antes que você possa estar pronto para pensar sobre a implementação. Não hesite em revisar as primeiras fases da abordagem – Inspiração e Ideação – e reutilizar esses métodos de forma a iterar o caminho a seguir. Ao reavaliar seu conceito, considere os pontos abaixo.

### SEJA CAUTELOSO PARA INTEGRAR NOVAS IDEIAS

Seu minipiloto pode ter gerado outras ideias relacionadas, mas separadas. Recomendamos que você capture essas ideias e as salve para mais tarde, em vez de tentar integrá-las ao minipiloto existente. É tentador lançar tantas ideias novas quanto possível, para ver o que geram nos usuários. O perigo aqui é perder o foco na intenção-chave e nas perguntas-chave que você quer responder com seu minipiloto. Em vez disso, considere visitar essas ideias mais tarde, ou talvez, em paralelo com uma equipe de projeto diferente.

### EXAMINE O ESCOPO

Pense no seu escopo original, ou na amplitude de investigação para o seu projeto. Foi expandido ou contratado? Se expandiu, pergunte-se se você ainda tem foco suficiente para direcionar seu desafio original de design diretamente. Se foi contratado, pergunte se terá um impacto suficientemente grande junto ao público-alvo, cuja ideia você acredita que fará a diferença. Considere: a implementação é possível? É impactante o suficiente para ser lançada?

### DEFINA OBJETIVO

Através de iterações múltiplas, tenha em mente que seus objetivos e suas hipóteses para seu minipiloto podem mudar. Além disso, suas ideias sobre o que torna um minipiloto bem-sucedido também mudarão. No campo da biblioteca, as métricas para o sucesso frequentemente se resumem a medidas quantitativas como circulação e frequência do programa. No entanto, outros indicadores de sucesso serão importantes para o desenvolvimento de sua ideia. Comece a avaliar sua mini experimentação-piloto usando outros tipos de métricas significativas, tais como:

- Duração do diálogo entre bibliotecário e usuário;
- Número de usuários envolvidos através do “boca a boca”;
- Número de visitas de usuários pela primeira vez à biblioteca;
- Número de novas relações formadas entre bibliotecários e usuários.

“

Suas primeiras ideias raramente são as melhores, então, a maneira de melhorar as coisas é tentar e errar em nosso caminho para um futuro melhor.

*Líder da Biblioteca Pública de Chicago*

”

## PASSO 4: AVALIE SEU PROGRESSO

### OUR LEARNINGS

- Trusted adults build connections with teens
- Low barrier activities are important to build engagement
- Teens were unaware that you could do these kinds of activities in the library
- Library staff needs to be nimble and flexible when presenting services for teens.
- Socializing needs to happen alongside activities

Equipe focada na programação de adolescentes, acompanhando o progresso, explicando claramente os principais aprendizados, até agora, em uma lista. Você pode achar útil organizar sua aprendizagem, ao longo do tempo, para que possa com precisão articular o progresso para as partes externas interessadas.

### APRENDER É A UNIDADE DO SUCESSO

Encorajamos você a ver o número de aprendizados de cada minipiloto, como a unidade para medir o sucesso. Acreditamos que você pode ter um minipiloto que atraia centenas de usuários, mas ainda não terá êxito se a equipe não aprender nada de novo, a partir da experiência. Da mesma forma, o minipiloto pode atrair apenas alguns visitantes e não ter impacto na circulação. Mas se você aprendeu mais sobre seus usuários e de que forma pode melhorar sua ideia, ainda é um sucesso.

#### LÍDER DA EQUIPE

### PLANO DE EXPERIMENTAÇÃO CONTINUADA

Minipilotos exigem vários recursos e capacidades, ou seja: dinheiro, tempo e pessoas. Ao planejar suas próximas perguntas e o minipiloto para responder a essas perguntas, comece a construir um plano sobre como você pode trabalhar de forma eficiente e produtiva com testes contínuos ao longo do tempo.

#### Estime os prazos

Especifique a quantidade de tempo que precisará para criar a próxima iteração do seu conceito. Você precisa de tempo para a preparação? Alguém precisa de capacitação? Deseja usar um horário de reunião existente de forma diferente? Você já terá aprendido muito em termos de quanto tempo leva para produzir um minipiloto com sua equipe.

#### Especifique materiais

Faça uma lista de todos os materiais que você precisará alterar ou iterar em seu conceito. Esses materiais estão disponíveis em sua biblioteca? Você precisará comprar novos ativos?

#### Calcule recursos financeiros

Novamente sabemos que o dinheiro pode ser um recurso escasso no contexto da biblioteca. Não deixe isso desencorajá-lo. Muitas ideias exigem pouco e, às vezes, nenhuma verba. Discuta a maneira de tornar sua ideia real com recursos limitados desde o início como sendo um desafio. Além disso, considere oportunidades para explorar os orçamentos existentes. Pense em maneiras criativas sobre como obter fundos ou usar recursos que você tenha nas mãos.

“

Muitos pilotos juntos somam grande impacto. Por meio de inúmeras iterações, mantenha o foco em seu desafio de design, sua intenção de design e continue!

Coach de Design Thinking

”



# ESTUDO DE CASO No. 1

## “Swipe Sense”

### O DESAFIO

Vamos aos hospitais na esperança de melhorarmos, mas, em muitos casos, eles só nos deixam mais doentes. De acordo com os Centros de Controle e Prevenção de Doenças, mais de 2 milhões de americanos contraem infecções hospitalares, resultando em 100 mil mortes e mais de US\$ 30 bilhões em custos para o sistema de saúde por ano. Os especialistas concordam: simplesmente melhorar os hábitos de lavagem das mãos da equipe pode evitar essas infecções desnecessárias. Os graduados da Universidade de Northwestern, Mert Iseri e Yuri Malina fundaram a SwipeSense, Inc., em 2012, com o objetivo de incentivar uma boa higiene das mãos com o uso de dispensadores de gel inteligentes e portáteis e uma plataforma de monitoramento na web.

### VISÃO GERAL

Enquanto os hospitais têm abundância de pias comunitárias e dispensadores de higienização de mãos, os cuidadores, devido à falta de tempo, simplesmente não os usam, e o monitoramento de lavagem das mãos ainda é feito manualmente, com caneta e papel. Para descobrir por que a adesão é tão baixa, Mert e Yuri passaram semanas observando o pessoal do Sistema de Saúde na Universidade da Costa Norte. Eles perceberam que a equipe médica havia limpado as mãos, friccionando-as, o que levou a uma visão importante para *brainstorming* de possíveis soluções.

O *SwipeSense* fez parceria com a IDEO para prototipar produtos e abordagens alternativas, tanto no domínio físico quanto no digital. A equipe trabalhou em conjunto para testar mais de 70 iterações para o projeto. Enquanto o objetivo permaneceu o mesmo – eliminar as infecções hospitalares – o escopo do projeto mudou a cada iteração. Além do simples dispositivo desinfetante para as mãos, a equipe examinou como poderia fornecer mais dados sobre a higienização das mãos para gerar valor agregado aos negócios da *SwipeSense* e ao sistema de saúde em geral.



A equipe esboçou uma variedade de possíveis iterações.

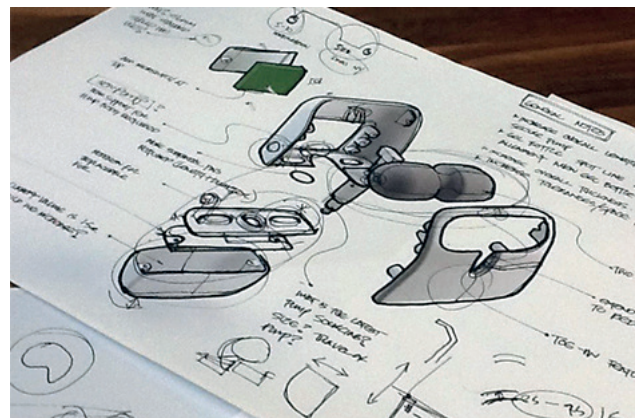
### POR QUE A ITERAÇÃO FOI IMPORTANTE?

Mert descreveu os quatro estágios de iteração do *SwipeSense*: o primeiro passo foi reconhecer um hábito comum: as pessoas passam as mãos na calça para “limpá-las”. Assim, Iseri e Malina tiveram a ideia de aproveitar esse hábito natural para uma solução de higienização das mãos. A equipe precisava de uma maneira rápida e fácil de tirar a ideia da mente deles de uma forma tangível. Assim, para o seu primeiro protótipo, cortaram o topo de um bastão de desodorante e aderiram-no às suas calças para limpar as mãos. Então, eles consideraram seus usuários, as pessoas que trabalham em hospitais, e as observaram participando com vários protótipos para entender o que funcionou e o que não funcionou.

*“É um processo de ir e vir. Você precisa ser humilde o suficiente para saber que sua primeira ideia é provavelmente péssima”, diz Mert e acrescenta: “Só construa o quanto você precisa para obter algo, e não tanto para encontrar uma resposta, mas para fazer uma pergunta melhor”.*

Ao observar os usuários interagirem com seu protótipo, a equipe moveu-se em uma direção que era baseada na ação “*swipe to squeeze*” (tradução: deslize para espremer). Eles então projetaram o sistema em torno de criar um dispensador de gel com a função de fornecer dados de higiene. Em cada etapa, as questões mudaram e o escopo do projeto também. Em última análise, o projeto não foi apenas sobre higienização das mãos, mas sobre a comunidade médica em geral.

À medida que continuam iterando protótipos, eles prosseguem projetando em direção ao objetivo de algo que é viável, confiável e comercialmente desejável. Mas, como Mert afirmou, “*o trabalho não acaba até que você tenha resolvido o problema. Não há um momento em que haja uma versão final, porque o universo está em constante mudança e sempre teremos de tornar nosso produto mais valioso*”. Enquanto o *SwipeSense* lançou um sistema patenteado em 2013 – um design fácil de usar que se encaixa facilmente – o hospital esfrega e registra quando os usuários desinfetam suas mãos – a equipe sabe que continuarão iterando. Seu objetivo final: salvar 100 mil vidas perdidas a cada ano.



Um protótipo inicial do *SwipeSense*.

# ESTUDO DE CASO **No. 2**

Página 1 of 2

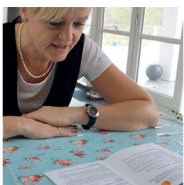
## “TI no Espaço da Biblioteca”

### **O DESAFIO**

Na biblioteca de Aarhus, na Dinamarca, a equipe embarcou em um desafio de design com a seguinte pergunta: Como poderíamos expandir as habilidades de tecnologia para pessoas com diferentes níveis de conhecimento e experiência?

### **VISÃO GERAL**

A equipe começou o projeto entrevistando uma variedade de patrocinadores de bibliotecas com diversas habilidades em tecnologia. Para captar uma ampla perspectiva, a equipe conversou com vários usuários e não usuários de bibliotecas, incluindo uma mãe que quase não usava tecnologia (por exemplo: não enviou nenhum e-mail e não sabia como fazer o download de aplicativos), bem como um jovem profissional muito esclarecido tecnologicamente. Eles também realizaram entrevistas com especialistas e um bibliotecário responsável pela tecnologia, assim como com o chefe dos arquivos da cidade. Para cada uma das entrevistas, a equipe surgiu com a pergunta: “Como poderíamos?” que se enquadrou na necessidade desses usuários em suas maiores questões do desafio de design.



**EVA, 39**  
*Why: A total beginner, doesn't have email.*  
*I: HMW create a service which will improve IT skills for total beginners?*



**BRITT, 34**  
*Why: Uses almost all media*  
*I: HMW create a social aspect to media consumption in the library?*



**STEIN, 37**  
*Why: Has a library, never goes to the library.*  
*I: Does self-sufficiency negate engagement with the library?*

*Um resumo de algumas das entrevistas realizadas com os usuários que a Equipe de TI entrevistou, com uma questão-chave levantada em cada entrevista.*

Uma das ideias principais que a equipe descobriu era o fato de haver muito mais novatos em tecnologia do que se imaginava originalmente. Eles tinham assumido que “iniciantes” consistiam, principalmente, de idosos. Quando visitaram Eva, a mãe que não usava o e-mail com frequência em casa, notaram que ela tinha um folheto para um programa de habilidades tecnológicas na biblioteca, direcionado para idosos. Eva sentia-se desconfortável em participar sabendo que não se encaixava na faixa etária pretendida. Além disso, outros usuários queriam recomendações de aplicativos para se manterem atualizados sobre tópicos como livros, mas que fossem provenientes de um consultor confiável, com gosto semelhante.

*Com a ideia de conceito “4 Good Apps”, a Equipe de IT colocou panfletos em locais relacionados aos assuntos nas estantes; por exemplo: este cartaz de 4 bons apps cozinhando foi colocado na seção de livros de gastronomia.*



*Dorthe, bibliotecária de Aarhus à esquerda, ajuda um usuário no minipiloto do iPad Spa.*

Com base nesses dados, a equipe apresentou uma ideia inicial chamada iPad Spa, onde as pessoas poderiam levar seu iPad para a biblioteca, aprender sobre os recursos em seu dispositivo e baixar novos aplicativos. A metáfora do spa foi usada porque o serviço seria personalizado, uma interação oferecida por bibliotecários aos usuários. Por meio da experimentação, eles rapidamente aprenderam que sua campanha de conscientização – colocando panfletos em livros – não era eficaz, e que a sessão de uma hora de duração era muito longa para os usuários. Além disso, o serviço foi rapidamente se transformando em uma oficina de TI, um serviço de ajuda de TI existente, em oposição ao que foi enfatizado nas recomendações do aplicativo.

Em sua próxima iteração, a equipe de TI focou mais deliberadamente em recomendações pessoais. Eles prototiparam uma ideia em torno da comunicação de “4 bons aplicativos” (4 Good Apps), em vez de colocar panfletos em livros, colocaram-nos estrategicamente em torno da biblioteca, em seções relevantes.



# ESTUDO DE CASO **No. 2**

Página 2 de 2

## “TI no Espaço da Biblioteca”

Ao conversar com os usuários da biblioteca num formato de interceptação rápida, ou seja, em forma de entrevistas rápidas, a equipe de TI aprendeu que os usuários gostam de discutir quais aplicativos são mais interessantes, quais eles usam e o que outros usuários recomendam.



A equipe de TI realizando interceptações de usuários para discutir as reações das pessoas sobre “4 Good Apps”.

Essas observações ajudaram a equipe em sua terceira iteração, um conceito em torno de conversas de aplicativos sociais. Um bibliotecário facilitou o diálogo entre os usuários sobre aplicativos, tirando a pressão do bibliotecário em ser um especialista do assunto e dando aos usuários o fórum para comparar notas sobre um aplicativo entre eles. A equipe aprendeu que essas conversas eram mais animadas e relaxantes do que as sessões de ajuda de TI, nas quais os bibliotecários ofereciam suporte individual. Ao reunir assim múltiplos usuários houve a percepção de que esse formato era mais informal e atrativo. A equipe agora está adotando conversas facilitadoras em vários de seus programas de ajuda de TI, dando aos usuários um fórum mais confortável para aprender uns com os outros, em vez de confiar unicamente em um bibliotecário.



Usuários discutindo aplicativos durante a série de “conversas sobre aplicativos sociais da equipe de TI”.

### **POR QUE A ITERAÇÃO FOI IMPORTANTE?**

A equipe em Aarhus passou por várias iterações em seu minipiloto e rapidamente prototiparam soluções que foram formalizadas pelo aprendizado anterior de iteração. Dessa forma, eles foram capazes de descobrir as partes do protótipo às quais as pessoas responderam bem e puderam amplificar essas características para a próxima iteração. “Não tenha medo de evoluir em seu desafio de design”, disse a líder da equipe, Marianne Krogbaek. “Isso pode mudar, dependendo da contribuição do usuário, e você quer ter certeza de que ainda está apaixonado por isso.”

Marianne e sua equipe passaram pelo processo, já reconhecendo o fato de que sua primeira ideia, provavelmente, não era a melhor. Mas, em vez de planejar uma série formal de eventos e colocar uma tonelada de recursos no planejamento de um “Spa iPad” contínuo, eles usaram o Design Thinking para testar o conceito de maneira simples e de baixa fidelidade com alguns usuários. Isso levou a expressivos aprendizados ao longo de suas iterações que agora estão sendo incorporados em muitas de suas ofertas de TI.

“Nossas iterações não foram conduzidas apenas pelos usuários, mas também pelo envolvimento da equipe”, disse Marianne. Ter uma equipe extensa, proveniente de outras equipes, não somente acelerou o aprendizado e o processo de produção necessários, como também, a execução dos minipilotos. Além disso, também explorou como a equipe seria capaz de sustentar esses serviços ao longo do tempo. Em uma nota final, Marianne aconselha: “Apenas certifique-se de se levantar de trás de sua mesa ou fora do seu espaço do projeto! Você vai aprender muito mais mostrando um protótipo ou executando um minipiloto aos seus usuários do que você jamais faria em sua sala de reuniões de equipe”.

# Referências

## LEIA

### **TOOLKIT DE DESIGN THINKING PARA EDUCADORES, 2ª EDIÇÃO**

*Capítulos de Experimentação e Evolução*

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

### **MÉTODOS DE IMPLEMENTAÇÃO KIT DE DESIGN**

<http://www.designkit.org/methods>

### **ACUMEN + CURSO DE INOVAÇÃO SOCIAL**

Leituras de Classe 4: Protótipos

#### *A fase de Iteração em ação*

· A equipe Pepper Eater está trabalhando na Etiópia rural para criar uma ferramenta simples que melhore drasticamente o processamento de pimenta. Saiba mais sobre os métodos de prototipagem que a equipe está usando como parte do processo de projeto centrado no ser humano:

<http://bit.ly/MiJSC4>

· Kevin Kung do MIT está trabalhando em um projeto no Quênia para transformar resíduos orgânicos em carvão vegetal. Saiba mais sobre a jornada de Kevin por meio do processo de prototipagem de projeto centrado no ser humano aqui:

<http://bit.ly/HCDinKenya>

## ASSISTA

### **DESIGN THINKING PARA EDUCADORES THE IDEO TOY LAB PROTOTYPES A NEW ELMO APP**

<http://www.youtube.com/watch?v=-SOeMA3D-UEs>

### **CURSO EDUTOPIA DESIGN THINKING PARA EDUCADORES, 4 SEMANAS**

Como você traz ideias para a vida?

<http://www.edutopia.org/design-thinking-for-educators-experimentation-evolution-week-four>

### **ITERAR, ITERAR, ITERAR**

Gaby Brink, fundador e designer-chefe da Tomorrow Partners e CEO da Sparkwise, discute a importância da iteração no Kit de Design.

<http://www.designkit.org/mindsets/7>

### **APRENDA PELA FALHA**

Tim Brown, CEO da IDEO, discute a concepção dos experimentos em Design Kit.

<http://www.designkit.org/mindsets/1>

CAPÍTULO

5

# ESCALANDO

Escalar é sobre planejamento e sobre colocar sua ideia no mundo, de uma maneira permanente.

Isso pode significar levar sua ideia minipiloto para vários novos contextos, ou evoluir a ideia ainda mais, para torná-la sustentável em longo prazo. Esta fase ajudará a levar a experimentação, para o próximo nível de implementação, mas isso não significa que a evolução da ideia para por aí. Você aprenderá a contar uma história convincente em torno de sua ideia, compor um roteiro de longo prazo e continuamente orientar seu projeto, uma vez que está instalado e funcionando.

Durante esta fase, você também terá a chance de refletir sobre tudo o que aprendeu até agora e pensar sobre como apoiar outros que gostariam de aprender sobre o processo de Design Thinking.



# ESCALANDO *RESUMO*

## PASSO 1

### CONTE SUA HISTÓRIA *p. 105*

- Crie uma apresentação *p. 105*

## PASSO 2

### DESENVOLVA UM ROTEIRO *p. 107*

- Construa um plano *p. 107*
- Avalie resultados *p. 109*

## PASSO 3

### ADMINISTRE O PROJETO *p. 111*

- Planeje a administração *p. 111*

## PASSO 4

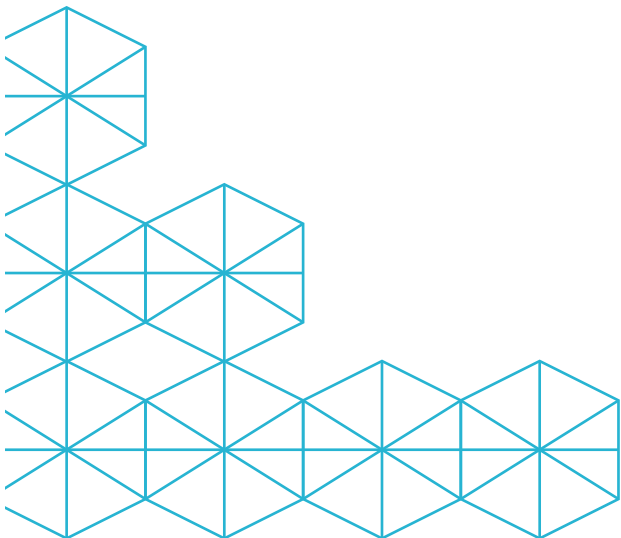
### DESENVOLVA ESTA FERRAMENTA *p. 112*

- Mentorar outros *p. 112*
- Compartilhe seu feedback conosco *p. 113*

### ESTUDOS DE CASO *p. 114*

- Equipe Limpa *p. 114*
- Innova *p. 116*

### REFERÊNCIAS *p. 117*





**PASSO 1**

# CONTE SUA HISTÓRIA

Para implementar o seu conceito, você provavelmente precisará da aquisição de um grupo maior de stakeholders. Comunicar ao outro sobre o trabalho que você faz, o valor de sua ideia e seu potencial na biblioteca é fator central para o processo de Design Thinking. Na IDEO, dedicamos tempo para elaborar essa comunicação de forma convincente, para que outros se tornem inspirados pelo trabalho e queiram se envolver. Leia sobre dicas e técnicas que irão ajudá-lo a construir uma narrativa forte para conquistar mais apoio.

## CRIE UMA APRESENTAÇÃO

Antes de elaborar a sua apresentação, pense sobre a grande variedade de pessoas que serão o seu público e como você se comunicará com ele. Pense em quem mais, fora da sua equipe central, precisará ouvir a história para ser capaz de apoiar o crescimento de sua ideia em plena implementação. Quanto mais pessoas você envolver em todo o sistema, mais pessoas vão entender como o Design Thinking pode levar a melhores serviços na biblioteca.

*(Foto abaixo à esquerda) Marianne Krogbaek, das Bibliotecas Públicas de Aarhus, fazendo uma apresentação para contar a história do progresso de sua equipe.*



PASSO  
1 de 4



### PRONTO PARA CRIAR UMA APRESENTAÇÃO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 5, Atividade 1, página 53

## PASSO 1: CONTE SUA HISTÓRIA

### FOCO EM UM PROPÓSITO

Pense em sua apresentação como uma ferramenta de defesa (advocacy). Você pode usar uma apresentação envolvente para:

- Pedir mais financiamento ou apoio;
- Apresentar sua ideia a possíveis parceiros;
- Refletir sobre o progresso da organização;
- Recrutar mais membros da equipe;
- Criar mais impulso para seu projeto.

### CONSIDERE SEU PÚBLICO

A sua apresentação é um veículo de comunicação para muitos tipos de stakeholders, incluindo:

- A liderança de sua organização;
- Seu público-alvo;
- Outros usuários, além de seu grupo-alvo;
- Seus colegas;
- Membros da equipe externos que não foram fortemente envolvidos;
- Parceiros potenciais fora da sua organização;
- O público em geral.

Construa uma história lógica e acessível e, a partir daí, ajuste sua apresentação a diferentes públicos. Tenha em mente que a apresentação deve fazer sentido para todos, mesmo aqueles que não estão familiarizados com o Design Thinking.

### ESCOLHA UM FORMATO

Depois de ter pensado sobre o propósito e o público de sua apresentação, escolha como você gostaria de apresentar, a fim de alcançar as pessoas certas. Você apresentará para um grupo? Você enviará uma apresentação de slides por e-mail? Ou você fará dos dois modos e para isso precisará de uma apresentação flexível que possa ser modificada?

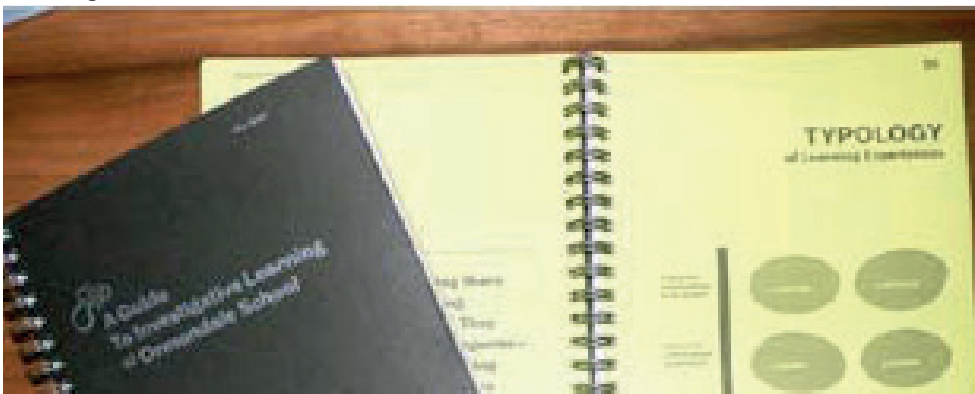
### ORGANIZE A SUA NARRATIVA

Crie uma progressão lógica em sua narrativa usando o formato sugerido abaixo. Talvez você queira enquadrar a apresentação com um “tom”, ou uma rápida chamada à ação para seu público. Uma sugestão para a sequência de apresentação:

- **Apresente-se:**  
Quem é você? Quem é sua equipe?
- **Defina seu desafio:**  
Qual o problema que você observou, e quem são os usuários?
- **Inspiração:**  
Com quem você conversou, o que observou, e quais foram os principais aprendizados?
- **Ideação:**  
Quais conceitos você encontrou e como os prototipou?
- **Iteração:**  
Qual *feedback* você recebeu e como construiu a partir desse *feedback* com uma experimentação contínua?
- **Um apelo à ação:**  
Qual é o próximo passo para sua equipe?



PASSO  
1 de 4



Uma equipe de uma escola criou um “Guia de Aprendizagem Investigativa”, um folheto para novos professores que gostariam de aprender sobre as atividades de Design Thinking.

**PASSO 2**

# DESENVOLVA UM ROTEIRO

Para criar um plano em longo prazo, comece por articular seus objetivos em longo prazo. Ao pensar sobre o futuro do seu conceito, considere as seguintes perguntas: Quais são seus objetivos finais? Como você imagina sua ideia tornando-se parte da biblioteca de uma forma sustentável?

## CRIE UM PLANO

Agora você precisará criar um roteiro, ou cronograma para implementar metas. Pense em marcos, metas significativas e secundárias semanalmente. As mudanças revolucionárias, sem dúvida, levarão mais tempo, mas você precisa começar por algum lugar com um plano.

**EXEMPLO****CONSIDERE CRONOGRAMAS DE CURTO E LONGO PRAZO**

Desafie sua equipe a pensar sobre o que pode ser realizado em diferentes momentos. O que você precisa realizar em curto prazo? Talvez precise de duas semanas para construir um projeto instantâneo. Mas também considere um cronograma mais longo. O que você precisará realizar em um ano? Talvez tenha métricas que precisam ser reavaliadas em seis meses e, em seguida, novamente em um ano. Como acompanha o seu progresso contra a linha do tempo, você pode achar que ela vai mudar dependendo de uma variedade de fatores.

No Camboja, uma equipe do IDE, uma organização internacional sem fins lucrativos, notou que a maioria de suas soluções buscou as “ofertas existentes” da matriz de inovação, uma vez que a organização tinha um grupo-alvo altamente definido. No entanto, as soluções abrangeram uma gama daquelas que se encaixam em projetos e programas atuais para novas áreas de ofertas. A equipe também identificou soluções que começariam timidamente com adaptações às soluções e aos clientes existentes, mas que com o tempo ajudariam a organização a migrar para outros patamares. Enquanto muitas organizações são inicialmente atraídas pela ideia de inovações revolucionárias, na realidade, a canalização para a inovação que se concentra em capacidades ou metas de clientes já existentes pode ser a estratégia mais forte para um próximo período



PASSO  
2 de 4



## PASSO 2: DESENVOLVA UM ROTEIRO

### COORDENE OS ACONTECIMENTOS

Considere os prazos ou outros marcadores no tempo que poderiam afetar seu projeto. Por exemplo: há ciclos de financiamento para estar ciente?

Cada um deles está detalhado nas seções seguintes deste capítulo:

- Pilotando seu conceito;
- Criando e contando sua história para conquistar a adesão de *stakeholders*;
- Medindo o impacto do seu projeto na biblioteca;
- Administrando seu projeto ao longo do tempo.

Aqui está uma amostra. Você não tem que seguir exatamente isso, mas sugerimos uma ideia de como você pode criar o seu próprio plano. Como o processo de Design Thinking é iterativo e não linear, nós o conceituamos como um processo cíclico.

### PAPÉIS E RESPONSABILIDADES

Quem são os membros principais da equipe e quais são seus papéis? Elaboração de papéis originalmente definidos para a equipe, designar papéis para os estágios-piloto e de implementação. Alguém que era originalmente um redator pode agora se tornar um contedista oficial no blog. Considere, também, o papel que seus parceiros irão desempenhar; você pode precisar deles para defender e apoiar o seu projeto.

### PILOTO

O próximo passo é executar um piloto. No capítulo Iteração, abordamos a diferença entre protótipos, experimentos ou minipilotos e pilotos. Como lembrete, os pilotos são uma expressão completa do conceito. Como um minipiloto funciona por conta própria, mas é mais funcional e durável para que possa ser usado durante um longo período. Iteração pode continuar durante a fase piloto, mas você quer ter certeza de que a nova iteração parece e funciona como uma coisa real que pode existir junto com outros serviços. Os pilotos são altamente medidos e validados, usando métricas para que você possa coletar evidências sobre o impacto e o valor de seu conceito na biblioteca.

Há muitas considerações antes de lançar até mesmo um pequeno piloto. Aqui estão algumas coisas a considerar:

- **Parceiros:** Que parceiros você vai precisar? Os parceiros são partes interessadas que o ajudarão a defender seu processo. Poderiam ser colegas das bibliotecas, gestores, líderes de bibliotecas ou mesmo líderes políticos.
- **Pessoal:** Quem são os membros principais da equipe e quais são seus papéis?
- **Localização:** Isso acontecerá em sua biblioteca? Em uma biblioteca diferente?
- **Recursos:** O que você precisará para um piloto em andamento?
- **Métricas:** Como você medirá o impacto de seu piloto?



PASSO  
2 de 4



### PRONTO PARA CONSTRUIR UM ROTEIRO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 5, Atividade 2, página 55

## PASSO 2: DESENVOLVA UM ROTEIRO

# AVALIE RESULTADOS

As métricas são os padrões de medida pelos quais determinadas instâncias, como eficiência, desempenho e progresso são avaliadas. Elas são uma maneira de rastrear os resultados do seu piloto ao longo do tempo. Medir os resultados é fundamental para o ciclo de aprendizagem. Sem uma boa avaliação do impacto que uma solução tem feito, muitas vezes, não há informações suficientes sobre a direção da próxima rodada de projetos. Medir o impacto é importante para todos – o implementador, o financiador, a equipe de projeto e a comunidade. Medição de resultados ajuda as pessoas a entenderem onde investir melhor seus recursos. É uma oportunidade para avaliar e planejar o futuro.

O objetivo das métricas é mostrar o efeito do seu novo serviço na biblioteca. Para seu piloto, considere o que medir para demonstrar esse efeito. Nas bibliotecas, as métricas para o sucesso são muitas vezes medidas quantitativas, como circulação e frequência do programa. No entanto, outros indicadores de sucesso serão muito importantes para o desenvolvimento de sua ideia. Recomendamos pensar em dois fatores: as métricas que sua organização irá avaliar e as que refletem o que você aprendeu ao desenvolver seu conceito.

Explore os seguintes tipos de indicadores métricos, que você pode usar para medir o sucesso. Esses indicadores ajudam a medir os efeitos positivos ou negativos, intencionais ou não intencionais do seu piloto.



## PASSO 2: DESENVOLVA UM ROTEIRO

### TIPOS DE INDICADORES

#### CONDUZINDO

O impacto de algumas soluções pode levar tempo, de meses a anos para se tornar evidente em qualquer lugar. Nesses casos, faz sentido acompanhar os principais indicadores. Estes são medidas quantitativas que revelam uma mudança que pode ser estreitamente associada ao seu projeto. Por exemplo: se parte do objetivo é aumentar o número de crianças que leem novos livros, um indicador principal seria o número de livros infantis verificados durante o minipiloto. Se seu objetivo é começar um novo clube do livro, um indicador principal seria o número de pessoas que atendem aos clubes do livro. Indicadores principais poderiam ser medidos através de dados coletados da biblioteca, como atendimento e circulação. Você também pode coletar esses dados, por meio de uma pesquisa realizada ao final de um evento.

#### ANÁLOGO

Às vezes é difícil ver o impacto direto. Isso é especialmente verdadeiro quando o seu desafio de design é sobre algo que não é imediatamente tangível ou visível, como, por exemplo, construir uma comunidade ou melhorar as relações. Nesses casos, tente encontrar um indicador que logicamente levaria você a concluir que seu objetivo está sendo cumprido. Por exemplo: se seu objetivo é fazer com que os adolescentes se envolvam mais em sua biblioteca, você pode medir quantos adolescentes se conectam entre si e formam relacionamentos em uma oficina ou curso. Indicadores semelhantes podem ser coletados, por meio de entrevistas e observações.

#### CONSCIÊNCIA

Quando seu objetivo envolve pessoas para engajar ou adotar algo novo, o primeiro passo é saber se eles estão cientes da solução ou design. Medir a conscientização é um bom indicador precoce para ajudar a entender quão grande o impacto da solução pode ser. Medir a conscientização é mais adequado por meio de um levantamento ou interceptações rápidas na biblioteca.

#### ENGAJAMENTO

Como a consciência, medir o número de pessoas que estão envolvidas em um novo programa é muitas vezes significativo. Por exemplo: se o objetivo é aumentar o acesso dos adolescentes a programas criativos, o número de adolescentes que procuram ativamente e participam do programa é um indicador significativo. Você também pode medir quantos adolescentes permanecem em um programa, ao longo do tempo, e quantos deles falam aos seus amigos sobre isso. Os indicadores de envolvimento podem ser coletados por meio de entrevistas e pesquisas.

#### ALTERAÇÕES DINÂMICAS

Quando uma nova solução é introduzida, é importante acompanhar as mudanças que ocorrem ao longo do tempo na comunidade, na biblioteca e até mesmo nas famílias. Essas mudanças podem ser completamente inesperadas e, às vezes, são positivas, outras, negativas. É crucial olhar para essas mudanças no início da implementação. Os indicadores de mudança dinâmica são frequentemente recolhidos através da observação. Você também pode olhar para as mudanças longitudinais, fazendo pesquisas em diferentes momentos, para ver como as respostas evoluem ao longo do tempo.



PASSO  
2 de 4



### PRONTO PARA AVALIAR OS RESULTADOS?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 5, Atividade 3, página 56

**PASSO 3**

# ADMINISTRE O PROJETO

Uma vez que você tem um piloto, irá querer acompanhar a sua evolução como um programa de vida, serviço, espaço ou sistema. Tenha em mente que, como o mundo muda constantemente, você deve atender à sua ideia e adaptá-la em conformidade com essas mudanças. Se as necessidades de seus usuários mudam, o conceito precisará evoluir. Em outras palavras, o processo de Design Thinking está em andamento a fim de sustentar um conceito desejável, viável e factível ao longo do tempo. Chamamos esse processo – em que você, sua equipe e os *stakeholders* cuidam do projeto ao longo do tempo – de administração.

## Plano Para a Administração

Os objetivos fundamentais de uma administração são: recrutar ajuda, assegurar a continuidade e checar para determinar se o conceito ainda é bem-sucedido e o que precisa mudar para que ele melhore.

### RECRUTE AJUDA

Você não tem de assumir pessoalmente esse projeto para sempre. É sua decisão, individualmente ou em equipe, permanecer total ou periféricamente envolvido. Ao planejar a administração, pense em quem na biblioteca será convidado a compartilhar a responsabilidade de seguir em frente. Faça com que o seu plano para o futuro seja claro a todos os envolvidos.

### GARANTA A CONTINUIDADE

A continuidade é uma parte central da administração. Como a sua ideia começa a deslanchar, de que modo você garantirá que ela mantenha sua proposição de valor central? E se o seu conceito for sazonal, e só funcionar durante o verão? Como você mantém a consistência? Crie planos para sua ideia de permanecer de forma consistente em lugares diferentes, com pessoas diferentes ano a ano.

### CHECAR

À medida que você se afastar do projeto original, considere agendar verificações para acompanhar o progresso de sua ideia. Dependendo do seu nível de envolvimento com o projeto, neste ponto você agendará reuniões de marco com a equipe de administração para checar o trabalho. Essa checagem o ajudará na continuidade e permitirá que você aprenda quando adequar seu conceito.



### PRONTO PARA PLANEJAR A ADMINISTRAÇÃO?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 5, Atividade 4, página 57



## PASSO 4

# DESENVOLVA ESTA FERRAMENTA

Refleta sobre sua experiência. O processo de design centrado no ser humano diz respeito a colaboração criativa e a tirar você da sua zona de conforto. Há um grande valor em refletir sobre esse processo, a fim de melhorar e construir confiança para o seu próximo projeto. Depois de ter terminado o processo, reserve tempo para refletir com o grupo sobre a dinâmica da equipe, os estilos de trabalho e como foi colaborar como designers. Ao criar uma apresentação e elaborar a história do seu projeto, muitas memórias e aprendizados irão emergir. Acompanhe-os para discutir no grupo e certifique-se de compartilhar suas reflexões com sua equipe de design.

## MENTORAR OUTROS

Agora que você concluiu um projeto de Design Thinking, você pode inspirar outros a iniciar seus próprios projetos. Talvez você se encontre em uma posição de mentor de um novo grupo ou como facilitador do processo de Design Thinking em um novo contexto. Aqui, oferecemos algumas dicas sobre mentoria.

- Saber quais as partes difíceis e ajudar os outros a partir delas. As partes mais difíceis são muitas vezes encontradas em *insights* poderosos, que deverão ser passados para o design. Esteja preparado para ajudar os outros por meio dessa fase mais complexa de interpretação e de significação.
- Ensinar aos outros como reconhecer linhas produtivas versus improdutivas. Volte para o desafio de design da equipe como um lembrete de como permanecer na pista.
- Ajudar com o planejamento dos próximos passos do processo. Ajudar os outros quanto ao que esperar e estar preparado sobre a possibilidade de as etapas levarem mais tempo.
- Seja um defensor de uma equipe de design. Empodere-a para que alcance os objetivos, obtenha mais recursos e consiga a adesão de *stakeholders*.
- Ajudar a dar forma e facilitar a dinâmica da equipe.

“

Nossa estrutura evoluiu naturalmente, e nosso líder de equipe também foi um jogador de equipe. Nós nos encontramos como uma equipe completa e consistente. Tivemos muita sorte em manter as coisas divertidas naturalmente para a maioria dos membros da nossa equipe.

*Uma reflexão sobre a experiência de Design Thinking de uma equipe da Biblioteca Pública de Chicago*

”



*Equipe na Biblioteca Pública de Chicago oferecendo uma apresentação a outros bibliotecários na Próxima Conferência de Biblioteca sobre como projetar melhores serviços nessa área.*





## PASSO 4: DESENVOLVA ESTA FERRAMENTA

### EXEMPLO

Nicole Steeves, bibliotecária de Língua e Literatura da Biblioteca Pública de Chicago, passou por vários processos de Design Thinking. “Projetar Design Thinking é mais fácil pela segunda vez”, reflete Nicole. “Algo que entendi mais completamente, depois de fazer mais de um projeto de Design Thinking, é o raciocínio por trás de usar esse processo em tudo. Ou seja, qualquer um pode conceber a ideia de ter um laboratório de projetos de arte para adolescentes, após a aula, ou colocar mesas e cadeiras em um espaço para aprendizes de língua inglesa, ou qualquer outra coisa. Mas, se a pessoa não usar o Design Thinking para executar suas decisões, ela se arrisca a não ter uma resposta muito boa para o porquê fez isso. Com o projeto de Design Thinking, posso dizer que aquelas escolhas existiram para falar aos usuários da biblioteca e aos especialistas do assunto. E isso é importante porque, no mundo da biblioteca, nós nos preocupamos em permanecermos relevantes. Contudo, o Design Thinking é um método cuidadosamente direcionado para a resolução de problemas e tomada de decisões que auxiliem os bibliotecários a serem eficazes sem se basear em suposições, tendo a certeza de que o projeto – seja ele qual for – atenderá às necessidades dos usuários.

Nicole utiliza esse argumento para os colegas céticos, quando eles perguntam sobre o valor do Design Thinking. Você pode ter colegas na biblioteca que já podem estar a bordo, mas estão cansados do compromisso e dos longos passos do *toolkit*.

Nicole, ao mentorar outras equipes, aprende sobre o Design Thinking. Ela enfatizou a importância do destemor em tentar vigorosamente os métodos do *toolkit*, e como isso poderia ser contagiante de uma forma positiva para os outros. Inicialmente, Nicole colocou muitas perguntas novas para o processo, incluindo: “*Eles realmente querem que façamos [entrevistas, protótipos, exercícios, vídeos etc.]?*” Nicole disse: “*Minha resposta foi sempre sim, e que sempre vale a pena – e, em pouco tempo, aquelas perguntas foram embora*”.



Nicole Steeves, bibliotecária e coach de Design Thinking da Biblioteca Pública de Chicago, refletindo sobre a prática desse método em vários projetos.



PASSO  
4 de 4

### COMPARTILHE SEU FEEDBACK CONOSCO

Finalmente, queremos seus comentários para que possamos evoluir no *toolkit* e torná-lo mais útil e relevante para bibliotecas no mundo todo. Considere-o um protótipo, também! Permita-nos saber o que funcionou, o que foi confuso e o que podemos fazer para melhorá-lo. Além disso, se você embarcou em seu próprio projeto, deixe-nos saber sobre isso! Compartilhe sua experiência enviando-nos suas histórias pessoais, fotos de seus protótipos e reflexões sobre o processo. Envie-nos uma nota em: [www.designthinkingforlibraries.com](http://www.designthinkingforlibraries.com)



### PRONTO PARA REFLETIR SOBRE AS SUAS EXPERIÊNCIAS?

No Livro de Atividades, consulte o Capítulo 5, Atividade 5, página 58



# ESTUDO DE CASO

**No. 1**

Página 1 de 2

## “Equipe Limpa”

### O DESAFIO

Cerca de um bilhão de habitantes das cidades, em todo o mundo, não dispõe de instalações sanitárias adequadas em suas casas. Em Kumasi, Gana, uma cidade de 2,5 milhões de habitantes, menos de 20% da população tem saneamento básico em casa. Muitas pessoas caminham longas distâncias para ir a banheiros públicos; outros recorrem a “sanitários voadores” (sacos plásticos jogados fora depois de usados). A Unilever e a Água e Saneamento para Pobres Urbanos (WSUP) contrataram a IDEO.org para ajudar a projetar um serviço adequado de coleta de resíduos sanitários a fim de fornecer uma solução completa de saneamento nos domicílios.



A primeira entrega Uniloo.



### VISÃO GERAL

A equipe da IDEO.org começou por passar um tempo com as famílias em Kumasi, para aprender sobre suas necessidades e desejos de saneamento. Um membro da equipe da IDEO.org, Danny Alexander, recorda: “A parte mais difícil – mas a mais fascinante – de trabalhar em saneamento é o tabu que envolve o assunto. Muitas vezes, é impossível fazer perguntas diretamente e, em vez disso, é preciso ser criativo, fazer perguntas sobre vizinhos, amigos, etc.” A equipe também se baseou em ferramentas de design centradas no ser humano, como observar pessoas dentro de suas casas para obter *insights* sobre seus estilos de vida.

A fase de ideação foi um salto rápido, da aprendizagem à prototipagem e envolveu considerar não só o produto físico, mas também modelos de serviços diferentes de uma perspectiva de logística e negócios. A equipe fez perguntas-chave como: O que as pessoas gostam no visual? Como funcionaria um banheiro de desvio de urina? Será que as pessoas ficariam confortáveis com militares entrando em suas casas? Ao construir vários protótipos e modificar os banheiros portáteis existentes, a equipe colocou elementos tangíveis do serviço nas mãos dos ganenses. Eles aprenderam como o serviço deveria ser posicionado, desenvolvendo ideias iniciais em torno de marketing e promoção, e perceberam limitações técnicas, tais como a escassez de água que limitaria a capacidade de descarga.

Em última análise, a equipe de design da IDEO.org retornou a Kumasi, para testar quatro protótipos de vasos sanitários e sem descarga nas casas dos usuários por algumas noites. Quando voltaram para verificar, descobriram que os banheiros de água-descarga tinham transbordado. Embora este modelo tenha sido inicialmente o favorito, a questão do estouro combinado com vários outros desafios resultou em banheiros de água-descarga sendo unanimemente rejeitados. Foi então que um vencedor surgiu – o banheiro *Uniloo* – um teste-piloto inicialmente conduzido com cerca de 60 famílias, em 2011. O piloto mostrou que os chefes de família de baixa renda em Kumasi gostavam dos banheiros da *Uniloo* e estavam dispostos e interessados em pagar pelo serviço, o que foi muito menos dispendioso do que o custo para o uso de banheiro público, para uma família de cinco pessoas. Trabalhando com uma equipe local, o projeto continua em escala. Até o final de 2012, a Equipe Limpa estava atendendo 106 famílias e havia iniciado a produção de 1.000 novos banheiros da *Uniloo*; e, em janeiro de 2013, uma carga de 384 tanques Uniloo chegou a Kumasi. Até o outono de 2014, eles tinham 550 banheiros e um novo local centralizado.



# ESTUDO DE CASO

**No. 1**

Página 2 de 2

## “Equipe Limpa”

### POR QUE OBTER A ESCALA É IMPORTANTE?

A criação de uma série de pilotos durante a escala leva em conta vários fatores importantes.

**A adesão:** A aquisição da comunidade foi crucial. Assim, a equipe se reuniu com o governo local, os chefes locais (os Ashanti) e o departamento municipal de água, (KMA) em Kumasi, para obter *feedbacks*. Também promoveram uma reunião da prefeitura com empresários locais e um operador de caminhão a vácuo para ver se eles iriam comprar em uma franquia do serviço ou se inscrever para operar com a Equipe Limpa. Isso ajudou a concluir que a parceria com a Unilever foi uma boa escolha, já que era uma marca bem respeitada na comunidade local.

**Contaçõ de histórias:** O boca a boca, com vizinhos conversando com outros vizinhos, era parte integrante do crescimento do programa. As mesmas pessoas que estavam “comprando” o conceito, também precisavam ajudar a compartilhar histórias atraentes sobre o valor da Equipe Limpa e servir como embaixadores não oficiais do programa.

**O design:** Ao projetar os banheiros, a equipe teve de considerar se o tipo de produto físico seria capaz de crescer na escala Equipe Limpa imaginada. Isso significava considerar tudo, desde o custo da biodegradabilidade até a capacidade de fabricação.

**Marca:** A equipe aprendeu que tudo o que parecia feito à mão não foi levado a sério. A marca e a publicidade – assim como tudo: desde o logotipo até os uniformes dos militares – precisavam parecer profissionais. Por ter um olhar consistente no sentido de ter banheiros ao redor da comunidade, o programa tornou-se não só uma iniciativa de diálogo, mas também algo que era reconhecível e confiável.

**Parcerias locais:** O plano de negócios foi construído em torno da criação de um modelo de negócio sustentável. Isso significava construir uma equipe local no terreno que pudesse conversar com os usuários, entender as normas e os costumes locais, coletar feedback e executar as operações do dia a dia.



Uma marca consistente foi vital para a campanha Equipe Limpa, incluindo uniformes para todos os membros da equipe.



# ESTUDO DE CASO No. 2

## “Innova”

### O DESAFIO

Apesar de uma classe média emergente e uma economia em rápida expansão, o sistema educacional do Peru ocupa o 65º lugar entre 65 países. As Escolas Innova sabiam que poderiam fazer melhor. Seus dirigentes imaginavam uma educação de classe mundial a um preço acessível para a juventude carente do Peru, mas não podiam fazê-lo sozinhos.

### VISÃO GERAL

Em parceria com a IDEO para redesenhar toda a experiência e estratégia de aprendizagem do *Innova K-11*, a equipe desenvolveu um currículo, estratégias de ensino, salas de aula e edifícios, bem como planos operacionais e um modelo financeiro subjacente para administrar a rede de escolas. Depois de muita pesquisa, a equipe focou em quatro inovações-chave:

- Aprendizagem autodirigida, por meio de um modelo que combinasse experiências com professores, em pequenos grupos, com a aprendizagem digital autodirigida.
- Edifícios multimodais que permitissem flexibilidade com espaços comunitários, laboratórios de mídias e cafés.
- Suporte aos professores, por meio de um Centro de Recursos para Professores on-line que incluísse um banco de dados de mais de 18 mil planos de aula personalizados, baseados na nova abordagem pedagógica.
- Um modelo de negócios integrado que impulsionasse a acessibilidade e aproveitasse as economias de escala, oriundos da construção de uma rede de escolas e ferramentas construídas centralmente, como sistemas de dados para permitir que a rede aprendesse em conjunto.

Quando esta publicação for lançada as Escolas Innova serão a maior rede privada de escolas no Peru, com 30 escolas a um baixo custo de US\$ 130 por aluno ao mês. De acordo com o Ministério da Educação do Peru, que conduz testes nacionais em todas as escolas privadas e públicas, o desempenho de 2013 da *Innova* foi três vezes a média nacional em matemática e duas vezes a média nacional em comunicação. Em última análise, o trabalho permitiu que a *Innova* fizesse exatamente o que esperavam: construir mais escolas que dessem à próxima geração do Peru a chance de competir na economia global.



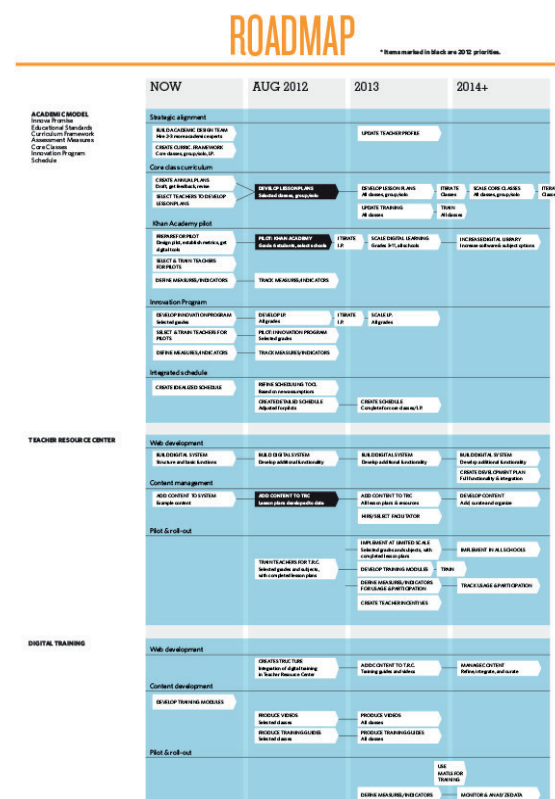
A abordagem de aprendizagem combina autodireção e tempo do grupo.

### POR QUE OBTER A ESCALA FOI IMPORTANTE?

A equipe Innova é a prova de que nenhuma ambição é muito grande. Conceber um sistema escolar inteiramente novo é um empreendimento enorme. O esforço colocado no projeto e a observância do contexto maior e de longo prazo, desde o início – do modelo acadêmico ao projeto de construção, dos recursos físicos e digitais ao apoio aos professores – foi crucial. Assim como construir qualquer negócio, isso significou mapear o todo para um modelo financeiro sustentável.

Em cada ponto do roteiro, a Innova teve de considerar uma rede de decisões interdependentes que representavam inúmeros compromissos. Um aumento do número de estudantes significou um aumento das receitas dos estudantes, mas também apontou para a necessidade de mais professores e aumento dos salários dos professores; o uso de espaços compartilhados apresentou uma escala menor para salas de aula individuais e um aumento em espaços flexíveis e polivalentes.

Para a *Innova*, priorizar partes do roteiro foi essencial para planejar o lançamento da escola, durante um período de dois anos e meio. A equipe mapeou cada componente passando pelo modelo acadêmico, seus espaços até o modelo de treinamento digital e mostrou a linha do tempo de progressão, desde sua construção, passando pelo seu refinamento até o de escalonamento.



# Referências



## LEIA

### **TOOLKIT DE DESIGN THINKING PARA EDUCADORES, 2ª EDIÇÃO**

*Capítulos de Evolução*

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

---

### **MÉTODOS DE ITERAÇÃO KIT DE DESIGN**

<http://www.designkit.org/methods>

---

### **ACUMEN + CURSO DE INOVAÇÃO SOCIAL**

Leituras de Classe 5: Avançar

## ASSISTA

### **CURSO EDUTOPIA DESIGN THINKING PARA EDUCADORES - 5 SEMANAS**

Próximos passos

<http://vimeo.com/46066965>

---

### **OTIMISMO**

John Bielenberg, cofundador da Future Partners, discute o otimismo face aos desafios difíceis no Kit de Design.

<http://www.designkit.org/mindsets/6>

# GLOSSÁRIO

**APRENDIZAGENS** / O nível mais básico de informação que você grava em sua pesquisa, incluindo: citações diretas, anedotas, primeiras impressões, notas sobre o ambiente, notas sobre o que foi mais memorável ou surpreendente e muito mais.

**BAIXA FIDELIDADE** / Descreve a imperfeição ou incompletude de uma ideia; denota que a expressão da ideia não requer muito tempo ou dinheiro e, portanto, oferece pouco ou nenhum risco. É o oposto de alta fidelidade, que muitas vezes exige um investimento de tempo e, em alguns casos, de dinheiro.

**BRAINSTORM** / Geração de ideias, opiniões, pontos de vista sobre o processo de design, entre equipes, especialistas, comunidade a ser atendida, visando entender e compartilhar a realização de algum experimento, solução, protótipo etc.

**FEEDBACK** / Retorno espontâneo e honesto dos usuários, a partir de conversas sobre o que pensam de um protótipo feito pela equipe de design.

**FRAMEWORKS** / Representam estruturas construídas, a partir de percepções, sensações para organizar os pensamentos, as ações sobre algo.

**MAKE DAY OU MAKE-A-THON** / Uma sessão de trabalho de meio dia ou de dia inteiro dedicada a transformar ideias e conceitos em protótipos tangíveis. Make Day envolve os recursos mais básicos de prototipagem, tais como: papelão, papel colorido, tesoura e post-its.

**MINIPILOTO** / O estágio após a prototipagem, quando você testa o protótipo com os usuários em um contexto natural. Também chamamos de fase experimental de minipiloto, e ela precede a fase piloto completa.

**PESQUISA** / No contexto do design thinking, é o processo de explorar o desafio e reunir a inspiração que irá conduzir o design. Isso é feito através de entrevistas com usuários e especialistas, experiências imersivas e análogas e outros métodos.

**PILOTO** / Também conhecido como implementação, este é o ato de colocar sua ideia no mundo de uma forma permanente, juntamente com ofertas existentes. Nesta fase, a sua solução terá de ser testada e medida com base em métricas e ainda pode iterar dependendo do seu desempenho.

**PROTÓTIPO** / Uma manifestação grosseira, de brincadeira, tangível da sua

## GLOSSÁRIO

ideia. O protótipo é considerado de baixa fidelidade e uma forma representativa do seu conceito.

**STAKEHOLDER** / Pessoa ou entidade que tem uma participação no projeto, uma solução, ou de alguma forma é impactado por ele. Exemplos de partes interessadas: beneficiários, conselheiros, líderes, membros da comunidade, etc.

**TOOLKIT** / Guia de etapas, leituras, referências e ferramentas para desenvolver melhorias ou soluções para os desafios de design de bibliotecários, profissionais e equipes de bibliotecas.

**USUÁRIO** / Cliente ou grupo de clientes para quem você está projetando.  
Nota: um usuário pode incluir alguém que não usa a biblioteca.