

Aula 6 – Definindo o Problema Certo a Ser Resolvido

No mundo dinâmico de hoje, onde a inovação é a moeda de troca e a velocidade é essencial, muitas vezes nos sentimos compelidos a pular etapas, buscando soluções rápidas para desafios que nem sempre compreendemos em sua totalidade. É como tentar construir uma casa sem um projeto claro, apenas com a pressa de ver a obra pronta. O resultado, invariavelmente, é uma estrutura frágil ou que não atende às necessidades de seus futuros moradores.

Este cenário é ainda mais comum quando falamos de problemas complexos, seja no ambiente corporativo, em projetos pessoais ou até mesmo em questões sociais. A tentação de atacar o sintoma em vez da causa raiz é grande, e isso pode levar a um desperdício imenso de recursos, tempo e energia. Afinal, de que adianta ter a melhor solução do mundo se ela foi criada para o problema errado?

Nesta aula, vamos mergulhar no coração do Design Thinking, explorando a fase crucial de definição do problema. Você aprenderá a transitar da fase de descoberta, onde coletamos informações e empatizamos com o usuário, para a definição clara e acionável do desafio a ser resolvido. Nosso objetivo é que, ao final, você seja capaz de identificar e formular o problema certo, utilizando ferramentas e técnicas que o guiarão para soluções verdadeiramente impactantes.

Prepare-se para desvendar o poder de técnicas como o Ponto de Vista (POV), a pergunta "Como Poderíamos...?" (HMW), a Matriz CSD e o Diagrama de Afinidades. Essas ferramentas, combinadas com uma mentalidade estratégica, o capacitarão a abordar qualquer desafio com maior clareza e propósito, pavimentando o caminho para a inovação sustentável e ética.

Da Descoberta à Definição: O Primeiro Diamante do Design Thinking

Imagine que você é um explorador em uma terra desconhecida. Sua primeira missão é mapear o terreno, coletar amostras, observar a fauna e a flora, e conversar com os habitantes locais. Essa fase de "descoberta" é ampla, divergente, e busca absorver o máximo de informação possível, sem julgamentos iniciais. No Design Thinking, chamamos isso de fase de Empatia, onde nos aprofundamos no universo do usuário para entender suas dores, necessidades e desejos.

O Duplo Diamante: O Design Thinking é frequentemente representado por dois diamantes. O primeiro representa a fase de descoberta (divergência) seguida pela definição (convergência). O segundo diamante representa a ideação (divergência) seguida pelo desenvolvimento e teste (convergência).

No entanto, coletar informações por si só não resolve nada. Depois de explorar, o explorador precisa sentar e analisar tudo o que encontrou, identificar padrões, filtrar o ruído e, finalmente, decidir qual é o ponto mais interessante ou o maior desafio a ser abordado. Essa é a transição do "primeiro diamante" do Design Thinking: da divergência (descoberta) para a convergência (definição). É o momento de focar, de sintetizar o caos em clareza.

Muitas equipes, na ânsia de inovar, pulam essa etapa crítica e partem direto para a ideação. O problema é que, sem uma definição clara e validada do problema, as soluções propostas podem ser brilhantes, mas completamente irrelevantes para as necessidades reais do usuário. É como construir uma ponte magnífica, mas que liga dois pontos onde ninguém precisa atravessar. A definição do problema é a bússola que orienta todo o processo de inovação, garantindo que os esforços sejam direcionados para onde realmente importa.

A Armadilha do Problema Mal Definido

Você já se viu trabalhando incansavelmente em um projeto, apenas para descobrir, no final, que o resultado não era bem o que o cliente ou o usuário esperava? Ou, pior ainda, que o problema que você tentou resolver nem era o problema principal? Essa é a armadilha do problema mal definido, um dos maiores sabotadores da inovação e da eficiência. É como um médico que receita um remédio para dor de cabeça sem investigar a causa, que pode ser desde uma simples desidratação até algo mais sério.

Desperdício de Recursos

Tempo, dinheiro e energia investidos em soluções que não resolvem o problema real.

Desmotivação da Equipe

Frustração ao perceber que o trabalho árduo não gerou o impacto esperado.

Atraso na Inovação

Ciclos de desenvolvimento que não agregam valor ao usuário final.

Quando a definição do problema é superficial ou equivocada, todo o trabalho subsequente é comprometido. As ideias geradas podem ser geniais, os protótipos, inovadores, mas se não endereçarem a raiz da questão, serão apenas soluções sem um problema real para chamar de seu. Isso não apenas desperdiça recursos, mas também desmotiva equipes e atrasa o desenvolvimento de soluções verdadeiramente impactantes. A empatia, aprofundada na fase anterior, é o nosso antídoto contra essa armadilha, permitindo-nos ir além da superfície e compreender as motivações e contextos mais profundos.

Em um cenário onde a integração com metodologias ágeis como Lean e Scrum é cada vez mais comum, a definição precisa do problema se torna ainda mais vital. Um "problema certo" é a base para a criação de hipóteses claras e experimentos eficientes, evitando ciclos de desenvolvimento que não agregam valor. É a fundação sobre a qual construímos um ciclo de desenvolvimento mais eficiente e focado no usuário.

A Técnica do Ponto de Vista (POV): O Coração da Definição

Depois de mergulhar fundo na fase de empatia, coletando uma vasta quantidade de informações sobre os usuários, suas experiências e seus desafios, chega o momento de sintetizar tudo isso em uma declaração clara e acionável. É aqui que entra a técnica do Ponto de Vista (POV), uma ferramenta poderosa para focar a equipe em um problema específico e bem compreendido. Pense no POV como a lente através da qual você e sua equipe enxergarão o desafio, garantindo que todos estejam alinhados e focados na mesma direção.

O POV não é apenas uma frase bonita; é uma declaração concisa que encapsula a essência do problema a ser resolvido, sempre sob a perspectiva do usuário. Ele serve como um farol, iluminando o caminho para a próxima fase de ideação, garantindo que as soluções propostas sejam relevantes e centradas nas pessoas. Sem um POV bem definido, as ideias podem se dispersar, e a equipe pode perder o foco no que realmente importa para o público-alvo.

A estrutura do POV é simples, mas profundamente eficaz: **[Usuário] + [Necessidade] + [Insight]**. Cada um desses elementos desempenha um papel crucial. O **Usuário** é a pessoa para quem estamos projetando, com suas características e contexto específicos. A **Necessidade** é o que o usuário precisa fazer ou alcançar. E o **Insight** é a compreensão profunda, muitas vezes não óbvia, sobre o porquê dessa necessidade ser importante ou o que a impede de ser satisfeita. É a revelação que transforma a necessidade em um problema acionável.



Estrutura do POV

[Usuário] + [Necessidade] + [Insight]

Construindo um POV Eficaz

Para ilustrar como um POV é construído, vamos pensar em um exemplo. Imagine que, após a fase de empatia, você descobriu que "estudantes universitários que trabalham em período integral sentem-se sobrecarregados e com pouco tempo para estudar". Isso é uma observação, mas não um POV completo. Para transformá-la, precisamos adicionar a necessidade e o insight.

Exemplo de POV Eficaz

Um **estudante universitário que trabalha em período integral** (Usuário) **precisa de métodos de estudo flexíveis** (Necessidade) **porque sente que o tempo é escasso e a energia é limitada, mas deseja manter um bom desempenho acadêmico** (Insight).

Perceba como o insight adiciona profundidade, explicando a motivação por trás da necessidade e o dilema do usuário. É essa compreensão que nos permite ir além do óbvio e projetar soluções que realmente ressoem.

01

Identifique o Usuário

Quem são seus usuários principais?
Quais suas características e contexto?

02

Defina a Necessidade

Quais ações eles precisam realizar?
Que sentimentos desejam evitar?

03

Descubra o Insight

Qual é a verdade subjacente? O que realmente motiva essa necessidade?

Para identificar esses componentes, mergulhe nos dados coletados. Quem são seus usuários principais? Quais são as ações que eles precisam realizar ou os sentimentos que desejam evitar? E, mais importante, qual é a verdade subjacente que você descobriu sobre eles? Essa verdade, muitas vezes, emerge de padrões em entrevistas, observações ou até mesmo de dados quantitativos (Data-Driven Design Thinking), que podem validar ou refutar suposições iniciais. Um bom insight é aquele que surpreende, que revela algo novo e que pode ser a chave para uma solução inovadora.

A Pergunta-Chave: "Como Poderíamos...?" (HMW)

Com um Ponto de Vista (POV) claro e bem definido em mãos, a próxima etapa é transformar essa declaração de problema em uma série de perguntas que inspirem a geração de ideias. É aqui que entra a poderosa técnica do "Como Poderíamos...?" (How Might We? - HMW). Pense nas perguntas HMW como convites abertos para a inovação, que transformam um problema em uma oportunidade. Elas são a ponte entre a compreensão do problema e a exploração de soluções.

A beleza da pergunta "Como Poderíamos...?" reside em sua estrutura. O "**Como**" sugere que há múltiplas maneiras de abordar o problema, incentivando a criatividade e a exploração. O "**Poderíamos**" implica que ainda não temos a solução, mas estamos abertos a possibilidades, removendo a pressão de encontrar a resposta perfeita de imediato. E o "**Nós**" reforça a ideia de colaboração, de que a equipe trabalhará junta para encontrar as melhores saídas.

Uma boa pergunta HMW não é nem muito ampla (o que levaria a ideias genéricas) nem muito restrita (o que limitaria a criatividade). Ela deve ser inspiradora, acionável e focada no usuário, derivando diretamente do POV. Por exemplo, se o seu POV é "Um estudante universitário que trabalha em período integral precisa de métodos de estudo flexíveis porque sente que o tempo é escasso e a energia é limitada, mas deseja manter um bom desempenho acadêmico", uma pergunta HMW poderia ser: "Como poderíamos ajudar estudantes que trabalham a otimizar seu tempo de estudo sem comprometer sua energia?".

Como

Múltiplas abordagens possíveis

Poderíamos

Abertura para possibilidades

Nós

Colaboração em equipe

Gerando Perguntas HMW a Partir do POV

A arte de gerar perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW) eficazes está em desdobrar o seu Ponto de Vista (POV) em diferentes ângulos, explorando as diversas facetas do problema. Não se trata de criar apenas uma pergunta, mas sim várias, cada uma abrindo uma porta para um tipo diferente de solução. É como ter um mapa do tesouro e, a partir dele, criar várias rotas possíveis para chegar ao objetivo, algumas mais diretas, outras mais aventureiras.

Vamos retomar o POV do estudante universitário: "Um estudante universitário que trabalha em período integral precisa de métodos de estudo flexíveis porque sente que o tempo é escasso e a energia é limitada, mas deseja manter um bom desempenho acadêmico." A partir dele, podemos gerar diversas HMWs:

1

Focando na necessidade

"Como poderíamos oferecer métodos de estudo que se adaptem à rotina de trabalho do estudante?"

2

Focando no insight (tempo/energia)

"Como poderíamos ajudar o estudante a gerenciar sua energia para que o estudo não seja um fardo adicional?"

3

Focando no resultado desejado

"Como poderíamos garantir que o estudante mantenha um bom desempenho acadêmico mesmo com pouco tempo disponível?"

4

Explorando novas abordagens

"Como poderíamos transformar o tempo de deslocamento do estudante em uma oportunidade de aprendizado eficaz?"

Ao gerar múltiplas HMWs, você expande o leque de possibilidades para a fase de ideação, que é o próximo passo no Design Thinking. Cada pergunta HMW se torna um ponto de partida para um brainstorming focado, garantindo que a equipe explore soluções de diferentes perspectivas. Essa prática é fundamental para um ciclo de desenvolvimento ágil e eficiente, onde a clareza da pergunta impulsiona a qualidade das respostas.

Ferramentas para Síntese e Priorização: A Matriz CSD

Após a fase de empatia e a formulação do Ponto de Vista (POV) e das perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW), você provavelmente terá uma quantidade considerável de informações, algumas confirmadas, outras apenas supostas, e muitas ainda desconhecidas. Para organizar esse volume de dados e direcionar os próximos passos, precisamos de ferramentas de síntese e priorização. Uma das mais eficazes é a Matriz CSD: Certezas, Suposições e Dúvidas.

O que é a Matriz CSD?

Um mapa de conhecimento que ajuda a equipe a visualizar o que realmente sabe, o que acredita saber e o que ainda precisa descobrir.

A Matriz CSD é como um mapa de conhecimento que ajuda a equipe a visualizar o que realmente sabe, o que acredita saber (mas precisa verificar) e o que ainda precisa descobrir. É uma ferramenta colaborativa que alinha o entendimento da equipe sobre o problema e as informações disponíveis. Ao preencher a matriz, você força a equipe a explicitar seu conhecimento e suas lacunas, o que é crucial para evitar decisões baseadas em achismos e para planejar pesquisas mais focadas.

Certezas

Fatos comprovados, informações validadas por dados ou observações diretas.

Suposições

Hipóteses, crenças da equipe sobre o usuário ou o problema, que ainda não foram testadas.

Dúvidas

Perguntas que a equipe tem, informações que faltam e que são cruciais para a compreensão do problema.

Essa distinção é vital para direcionar a pesquisa e a validação. As "Dúvidas" se transformam em perguntas de pesquisa, e as "Suposições" se tornam hipóteses a serem testadas, alinhando-se perfeitamente com a mentalidade de experimentação das metodologias ágeis.

Aplicação da Matriz CSD e Conexão com Agile

A Matriz CSD não é apenas uma ferramenta de organização; ela é um guia estratégico. Uma vez preenchida, ela revela onde a equipe precisa concentrar seus esforços. As "Dúvidas" e "Suposições" mais críticas se tornam prioridades para a próxima fase de pesquisa ou para a criação de experimentos de validação. É como um detetive que, após coletar todas as pistas, organiza-as para saber quais são os fatos concretos, quais são as teorias a serem investigadas e quais são as informações que ainda faltam para fechar o caso.

Por exemplo, se uma das suas suposições é que "estudantes universitários preferem estudar à noite", e uma dúvida é "quais são os horários de pico de produtividade para esses estudantes?", a matriz CSD indica que você precisa validar a suposição e responder à dúvida. Isso pode ser feito através de entrevistas adicionais, questionários ou até mesmo testes de protótipos em diferentes horários.

Conceito	Âmbito/Aplicação	Base/Origem	Exemplo
Certezas	Fatos comprovados, dados validados	Pesquisa, observação direta	"X% dos usuários usam o aplicativo diariamente."
Suposições	Hipóteses, crenças da equipe	Experiência, intuição	"Acreditamos que os usuários preferem o recurso A ao B."
Dúvidas	Lacunas de conhecimento, perguntas abertas	Incertezas, necessidade de validação	"Qual o principal motivo para os usuários abandonarem o carrinho?"

Essa abordagem se integra perfeitamente com metodologias ágeis como o Lean Startup e o Scrum. No Lean, as suposições são as hipóteses que formam a base dos MVPs (Produtos Mínimos Viáveis) a serem testados. No Scrum, as dúvidas podem ser transformadas em itens de backlog para sprints de pesquisa ou desenvolvimento. A Matriz CSD, portanto, não só ajuda a definir o problema, mas também a planejar as ações para resolvê-lo de forma iterativa e eficiente.

Ferramentas para Síntese e Priorização: O Diagrama de Afinidades

Quando você está na fase de empatia, coletando dados através de entrevistas, observações e outras técnicas, é comum se deparar com uma montanha de informações: notas, citações, ideias soltas, comportamentos observados. Essa riqueza de dados é valiosa, mas pode ser esmagadora. Como transformar esse caos em insights claros e acionáveis? É aqui que o Diagrama de Afinidades entra em cena, atuando como um poderoso organizador de ideias.

O Diagrama de Afinidades é uma ferramenta visual que permite agrupar grandes volumes de dados qualitativos com base em suas similaridades ou "afinidades". É como organizar um armário bagunçado: você começa tirando tudo para fora, depois agrupa as roupas por tipo (camisas, calças, meias), e então organiza cada grupo por cor ou estação. Esse processo de agrupamento revela padrões, temas emergentes e conexões que não seriam óbvias em uma lista desorganizada.

Para criar um Diagrama de Afinidades, a equipe geralmente escreve cada pedaço de informação (observação, citação, ideia) em um post-it separado. Em seguida, todos colaboram para agrupar esses post-its em categorias que fazem sentido, sem pré-julgamentos. O objetivo é deixar os dados "falarem por si", permitindo que os temas surjam naturalmente. Uma vez que os grupos são formados, a equipe dá um título a cada grupo, que representa o tema central daquela afinidade.



O Diagrama de Afinidades na Prática e Ferramentas Digitais

Na prática, o Diagrama de Afinidades é uma atividade altamente colaborativa e visual. Imagine uma parede cheia de post-its coloridos, onde cada um representa uma informação coletada. A equipe se reúne, lê os post-its em voz alta e começa a movê-los, agrupando aqueles que parecem estar relacionados. Não há certo ou errado no início; o importante é explorar as conexões. Por exemplo, se vários post-its falam sobre "dificuldade de acesso a materiais de estudo", "falta de tempo para ir à biblioteca" e "preferência por conteúdo online", eles podem formar um grupo chamado "Barreiras de Acesso ao Conhecimento".



Coletar Dados

Escrever cada informação em um post-it



Agrupar

Mover post-its relacionados para perto



Nomear Temas

Dar título aos grupos formados



Gerar Insights

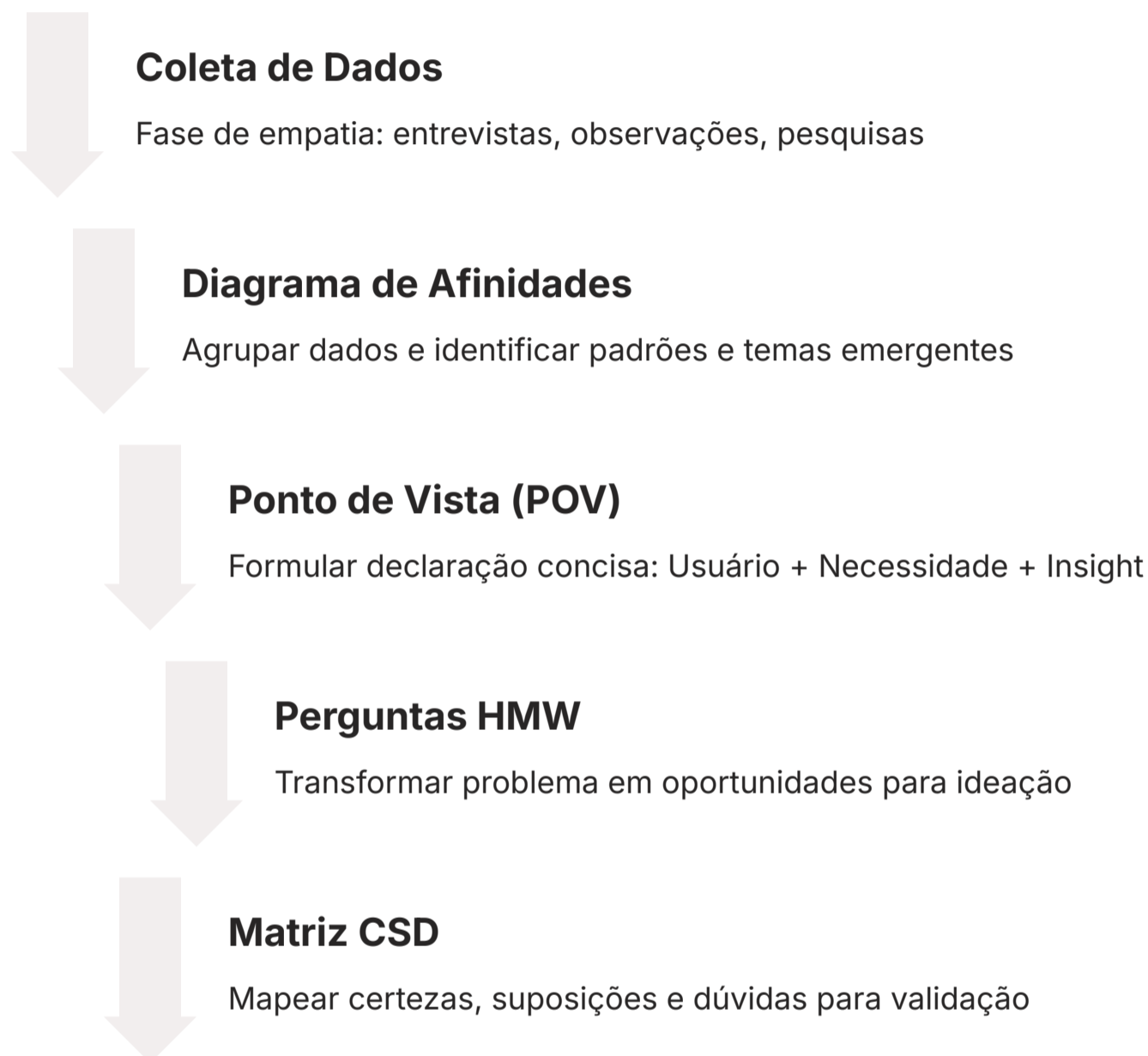
Identificar padrões e oportunidades

Esse processo de agrupamento ajuda a equipe a identificar os principais desafios, as necessidades mais recorrentes e os insights mais profundos que emergiram da pesquisa. Os títulos dos grupos se tornam os temas centrais que alimentarão o Ponto de Vista (POV) e as perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW). É uma forma eficaz de transformar dados brutos em narrativas significativas sobre o usuário.

Com o avanço da tecnologia, ferramentas digitais de colaboração como Miro e Figma se tornaram indispensáveis para a aplicação remota do Design Thinking. Elas permitem que equipes distribuídas geograficamente realizem Diagramas de Afinidades de forma síncrona, arrastando e soltando post-its virtuais, votando em temas e colaborando em tempo real. Isso democratiza o acesso às metodologias de inovação e permite que empresas e equipes de todo o mundo trabalhem juntas na definição de problemas complexos.

Integrando as Ferramentas para uma Definição Robusta

Até agora, exploramos individualmente o Ponto de Vista (POV), as perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW), a Matriz CSD e o Diagrama de Afinidades. Mas a verdadeira força do Design Thinking reside na integração dessas ferramentas, criando um fluxo contínuo que nos leva da empatia à definição de um problema robusto e acionável. Pense nessas ferramentas como peças de um quebra-cabeça que, quando montadas, revelam a imagem completa do desafio a ser superado.



O processo geralmente começa com a coleta de dados na fase de empatia. Esses dados, muitas vezes desorganizados, são então processados e agrupados usando o **Diagrama de Afinidades**, que ajuda a identificar padrões, temas e insights emergentes. A partir desses insights, a equipe formula o **Ponto de Vista (POV)**, uma declaração concisa que define o problema sob a perspectiva do usuário.

Com o POV em mãos, a equipe gera várias perguntas "**Como Poderíamos...?**" (HMW), que transformam o problema em oportunidades para a ideação. Paralelamente, ou em um momento estratégico, a **Matriz CSD** é utilizada para mapear o conhecimento da equipe sobre o problema, distinguindo certezas, suposições e dúvidas. Isso não só alinha a equipe, mas também direciona as próximas etapas de pesquisa e validação, garantindo que as soluções propostas sejam baseadas em um entendimento sólido e ético do contexto.

Esse fluxo iterativo e interconectado permite que a equipe refine continuamente sua compreensão do problema, garantindo que cada etapa seja construída sobre uma base sólida. É um ciclo de aprendizado e adaptação, essencial para o Design Ético e Sustentável (ESG), onde o impacto social e ambiental das soluções é considerado desde a definição do problema.

Atividade Prática: Formulando Perguntas "Como Poderíamos...?"

A teoria é fundamental, mas a prática é onde o aprendizado realmente se consolida. Agora é a sua vez de aplicar o que aprendemos sobre o Ponto de Vista (POV) e as perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW). Lembre-se que o objetivo é transformar uma declaração de problema centrada no usuário em perguntas que inspirem uma ampla gama de soluções criativas.

Ponto de Vista (POV) para a Atividade

"Um **profissional que trabalha remotamente** (Usuário) **precisa de formas eficazes de desconectar do trabalho ao final do dia** (Necessidade) **porque sente que as fronteiras entre vida pessoal e profissional se tornaram borradas, gerando estresse e dificultando o descanso** (Insight)."

A partir deste POV, sua tarefa é formular **três perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW)** diferentes. Tente explorar ângulos distintos do problema, pensando em como cada pergunta pode abrir caminhos para diferentes tipos de soluções. Não se preocupe em encontrar a "resposta" agora; o foco é na qualidade e na amplitude das perguntas.

HMW 1

Pense em como ajudar o profissional a criar rituais de transição

HMW 2

Pense em como a tecnologia ou o ambiente físico podem auxiliar na desconexão

HMW 3

Pense em como promover uma cultura que valorize o tempo de não-trabalho

Refleta sobre como cada uma dessas perguntas direciona o pensamento para diferentes tipos de soluções. Essa é a essência da fase de definição: transformar um problema complexo em uma série de desafios acionáveis que podem ser abordados criativamente.

Reflexão sobre a Atividade e Estudos de Caso Recentes

Ao formular suas perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW), você experimentou em primeira mão o poder de transformar um problema em uma oportunidade. Essa prática é crucial para desenvolver a mentalidade de um inovador, que não se contenta em apenas identificar problemas, mas busca ativamente maneiras de resolvê-los de forma criativa e centrada no ser humano. A capacidade de desdobrar um Ponto de Vista (POV) em HMWs variadas é um diferencial em qualquer processo de Design Thinking.

Exemplos de Sucesso Pós-Pandemia

- **Telemedicina:** Plataformas que identificaram a necessidade de acesso remoto à saúde
- **E-commerce:** Empresas de logística que otimizaram entregas para o comércio online
- **Educação:** Escolas que desenvolveram metodologias de ensino remoto eficazes

📌 **Lição-chave:** O sucesso não veio de uma solução mágica, mas de uma compreensão profunda do problema certo a ser resolvido.

Os estudos de caso recentes, especialmente no cenário pós-pandemia, são ricos em exemplos de como a boa definição de problemas impulsionou a inovação. Empresas que conseguiram pivotar rapidamente ou criar novos serviços foram aquelas que souberam identificar as necessidades emergentes de seus usuários. Por exemplo, plataformas de telemedicina que expandiram seus serviços, empresas de logística que otimizaram entregas para o e-commerce, ou até mesmo escolas que desenvolveram novas metodologias de ensino remoto.

Em todos esses casos, o sucesso não veio de uma solução mágica, mas de uma compreensão profunda do problema certo a ser resolvido. Eles utilizaram, de forma consciente ou intuitiva, princípios como os que vimos nesta aula: empatia para entender o usuário, síntese para definir o problema, e a formulação de perguntas que abrem caminho para a ideação. A lição é clara: investir tempo na definição do problema é o investimento mais inteligente que uma equipe de inovação pode fazer.

Consolidação e Próximos Passos

Nesta aula, mergulhamos na fase crucial de definição do problema, o "primeiro diamante" do Design Thinking. Aprendemos que transitar da descoberta para a definição exige síntese e foco, e que a armadilha do problema mal definido pode comprometer todo o processo de inovação. Exploramos a poderosa técnica do Ponto de Vista (POV), que nos ensina a enquadrar o problema sob a perspectiva do usuário, e como as perguntas "Como Poderíamos...?" (HMW) transformam esse problema em oportunidades para a ideação.

Vimos também a importância de ferramentas como a Matriz CSD para organizar certezas, suposições e dúvidas, e o Diagrama de Afinidades para agrupar e dar sentido a grandes volumes de dados. A integração dessas ferramentas, aliada a uma mentalidade de Design Ético e Sustentável, nos permite abordar desafios complexos com clareza e propósito, pavimentando o caminho para soluções verdadeiramente impactantes e alinhadas às tendências de 2025, como a integração com metodologias ágeis e o uso de dados.

Sempre comece com a pergunta certa

"Estamos resolvendo o problema certo para a pessoa certa?"

Use o POV para alinhar a equipe

Defina quem é o usuário, qual sua necessidade e qual o insight por trás dela

Transforme problemas em oportunidades

Use perguntas "Como Poderíamos...?" que inspirem a criatividade

Organize seu conhecimento

Use a Matriz CSD para identificar o que você sabe, supõe e precisa descobrir

Agrupe suas descobertas

Use o Diagrama de Afinidades para revelar padrões e temas emergentes

Autoavaliação

1

Qual das seguintes opções melhor descreve a função principal do Ponto de Vista (POV) no Design Thinking?

- a) Gerar o maior número possível de ideias sem restrições.
- b) Sintetizar as descobertas da fase de empatia em uma declaração de problema acionável e centrada no usuário.
- c) Validar as soluções propostas com os usuários finais.
- d) Priorizar as tarefas de desenvolvimento em um sprint ágil.

2

A estrutura de um POV é composta por:

- a) Problema + Solução + Resultado.
- b) Usuário + Necessidade + Insight.
- c) O que fazer + Como fazer + Por que fazer.
- d) Certezas + Suposições + Dúvidas.

3

Qual ferramenta é mais adequada para organizar grandes volumes de dados qualitativos em grupos temáticos?

- a) Matriz SWOT.
- b) Matriz CSD.
- c) Diagrama de Afinidades.
- d) Canvas de Proposta de Valor.

4

A pergunta "Como Poderíamos...?" (HMW) é utilizada para:

- a) Limitar o escopo da ideação a uma única solução.
- b) Transformar um problema definido em oportunidades para a geração de ideias.
- c) Avaliar a viabilidade técnica de uma solução.
- d) Medir o impacto financeiro de um projeto.

Gabarito

1. b) | 2. b) | 3. c) | 4. b)

Questão Discursiva

Explique como a integração da Matriz CSD com metodologias ágeis (como Lean ou Scrum) pode otimizar o ciclo de desenvolvimento de um produto ou serviço, focando na validação de hipóteses e na redução de riscos.


Próxima Aula

Aula 7 – Geração de Ideias: Do Divergente ao Convergente

Nesta aula, você aprenderá a transitar da definição do problema para a explosão de criatividade, explorando técnicas para gerar uma vasta gama de ideias e, em seguida, funilá-las para as soluções mais promissoras.

Recursos Adicionais

- **Livro "Design Thinking: Uma Metodologia Poderosa para Decretar o Fim das Velhas Ideias" (Tim Brown):** Para aprofundar nos fundamentos e aplicações do Design Thinking.
- **Artigos da IDEO U:** Conteúdo atualizado e estudos de caso sobre inovação e Design Thinking na prática.
- **Plataformas como Miro e Figma:** Para explorar as ferramentas digitais de colaboração e aplicar os conceitos aprendidos.

 **NOTA IMPORTANTE:** As informações regulatórias/legais/técnicas desta aula estão atualizadas até 2025. Consulte sempre fontes oficiais para verificar alterações.