

ENTREVISTA IDEIA / ESTRATÉGIA / INOVAÇÃO

# O que é Design Thinking? – Entrevista com Lígia Fascioni

by PAULO LIMA on Feb 6, 2012 • 2:14

Sem Comentários

147  316  6  28



*O design thinking é uma ferramenta de inovação; é uma abordagem predominantemente de gestão, que se vale de técnicas que os designers usam para resolver problemas.*

Palestrante, consultora de empresas e ministrante de cursos de graduação e pós-graduação (nas áreas de marketing; liderança, inovação e design), **Lígia Fascioni**, já escreveu diversos livros como “Atitude profissional: dicas para quem está começando” (2009) e “DNA Empresarial: identidade corporativa como referência estratégica” (2010).

Lígia cedeu-nos uma entrevista explicando o que é, e como o Design Thinking pode ser uma poderosa ferramenta de inovação, além de sua funcionalidade na resolução de questões dentro de uma empresa ou até mesmo para a sociedade.

## IDEIA - O que é e onde surgiu o termo design thinking?

**Lígia Fascioni** – O termo foi cunhado por Tim Brown, CEO da Ideo, para conseguir expressar a diferença entre **ser** designer e **pensar como** designer. Tim fala da migração do design do nível tático e operacional para uma abordagem mais estratégica. Por isso, os CEOs, gestores, administradores, executivos, gerentes, vendedores e até estagiários deveriam pensar como designers; só assim as empresas conseguirão ser inovadoras no sentido mais radical da palavra.

Mas adianto que o termo é também bastante polêmico, uma vez que design thinking não é design no sentido convencional. O design thinking não substitui o trabalho que os designers normalmente fazem: é preciso continuar projetando embalagens, marcas, produtos, sites, peças gráficas e por aí vai, da mesma maneira como os designers sempre fizeram.

O design thinking é uma ferramenta de inovação; é uma abordagem predominantemente de gestão, que se vale de técnicas que os designers usam para resolver problemas. A confusão é tão grande, mesmo lá na terra do Tim Brown, que Don Norman já chegou a dizer que design thinking era um termo que deveria morrer para não causar mais estragos.

## IDEIA - Quais são seus diferenciais e vantagens?

**Lígia Fascioni** - Brown explica que, enquanto os designers aprendem a solucionar as restrições, os design thinkers navegam nelas com criatividade. Isso acontece porque o foco é desviado do

### NEUROBUSINESS EXPO FORUM



### DAVOS 2014



### NEWSLETTER

Escreva seu e-mail:

### CONECTE-SE!

problema para o projeto. É que os problemas que confrontaram os designers no século XX (projetar uma identidade visual, criar um novo objeto ou ambiente) não são os que definirão o século XXI. Ele diz que a próxima geração de designers deverá se sentir tão à vontade na sala de um conselho de administração como num estúdio — e deverá analisar todas as questões, do analfabetismo de adultos ao aquecimento global, passando por hábitos alimentares, como um projeto de design.

Ah, e tem mais. Acabou-se aquela história de “eu sou profissional, sei o que é melhor para você”. Tim fala do estudo da sua colega Jane Suri sobre a evolução do design thinking, na medida em que ele migra de designers criando para as pessoas para designers criando com as pessoas e, no final, as pessoas criando por si próprias. Um baita tapa no ego, mas concordo com eles que esse é o caminho.

A proposta é que as ideias sejam geradas em conjunto com as pessoas que serão impactadas por elas; que os protótipos sejam construídos e testados ainda durante o processo. Ninguém está à procura da solução correta, definitiva e insubstituível, mas do caminho que conduz à melhor maneira de fazer com que a experiência seja significativa e importante. É claro que há conflitos a se resolver, mas, mais do que a criatividade, o grande talento do design thinker é o pensamento integrativo, ou a capacidade de tomar decisões que contemplem lados aparentemente opostos da questão.

## IDEIA – Que tipo de característica uma pessoa precisa ter para ser um “Design Thinker “?

**Lígia Fascioni** - Não é preciso ser designer para usar o conceito de design thinking (há, inclusive, muitos designers no mercado que sequer conhecem o significado do termo). Mas certamente um profissional bem informado e atualizado sobre as questões do design no mundo pode contribuir muito com a empresa. Há que se ressaltar que um designer sozinho não faz inovação; mas não se faz inovação sem designers. É uma questão de contar com competências multidisciplinares na equipe e, certamente é importante a presença de um designer para orientar a materialização da ideia criada e desenvolver o projeto final.

Uma das características mais importantes para o design thinker é a disposição, e até a aceitação empolgada de que as restrições são partes fundamentais do design. As restrições são visualizadas sob três pontos de vista diferentes, para gerar novas ideias: a praticabilidade (o funcionalmente possível); a viabilidade (o que pode se tornar um modelo de negócios sustentável) e a desejabilidade (o que faz sentido para as pessoas).

Outra característica é a mente flexível, isenta (na medida do possível) de preconceitos e certezas absolutas. Cultura geral contribui muito como combustível e a curiosidade é indispensável.

## IDEIA: O design thinking é aplicado apenas às corporações? Qual é sua importância para a sociedade?

**Lígia Fascioni** - Não, o design thinking é aplicável a empresas de qualquer porte, uma vez que é uma maneira de abordar as questões no ambiente da gestão e uma forma de resolver problemas, sejam eles das mais diversas naturezas.

Realmente não vejo como a empresa se desenvolver no mercado desconhecendo os principais conceitos. Mesmo que não utilize todas as técnicas, é importante pelo menos que ela conheça e utilize algumas no desenvolvimento de novos produtos e serviços ou no aprimoramento dos já existentes.

O design thinking é importante para a sociedade na medida em que traz a inovação para o plano de quem vai utilizá-la; o cliente participa da concepção do novo produto. A via não é mais de mão única; há interações em todas as fases. Além disso, aplicar o design thinking para o estudo de questões sociais e econômicas certamente contribui para novas maneiras de solucionar problemas que, até agora, continuam desafiando os gestores.

## IDEIA – O design thinking é uma ferramenta acessível para pequenas e médias empresas? O valor de implantação é alto?

**Lígia Fascioni** – O design thinking não exige investimentos altos, pois a filosofia em si é simples. Geração de ideias com variação cega (sem juízo de valor), experimentação, prototipagem rápida



NOVO VÍDEO DO CANAL IDEIA



Significado é a nova moeda – Entendendo liderança para além dos velhos hábitos

Fev 7, 2014



Google Glass: The Next Big Thing

Fev 7, 2014



Os 5 passos de serviço da Apple – Aplique você também

Fev 6, 2014



Criar versus reagir: a conhecida, mas tão ignorada, dinâmica do mercado

Fev 6, 2014



Da “volta ao passado” ao “S.O.S”: 5 tendências que estão mudando o mundo e, como aplicá-las na sua empresa – parte II

Fev 5, 2014



4 coisas que aprendi com os designers sobre desenvolvimento de produto

Fev 5, 2014



World Communication Fórum 2014 – o RP por uma visão global

Fev 4, 2014

SIGA-NOS!

Seguir @ideiademkt

PARCEIROS

e-goi  
plataforma de  
marketing multicanal

Plugcitários

(e barata) e interação com os clientes no processo de co-criação. Basicamente, o custo maior é treinar o pessoal no uso das ferramentas e permitir que a equipe explore as possibilidades criativas. O investimento é ridiculamente baixo em relação aos benefícios que a empresa pode obter.

Por outro lado, o design thinking, seja lá com o nome que tiver, embute um potencial excepcional para ajudar organizações, desde que elas não pensem que isso é algum tipo de magia. O design thinking é um processo como qualquer outro. Precisa ser compatível com a cultura da empresa e necessita trabalho árduo para florescer e fazer parte do conjunto de ferramentas usadas na rotina de resolução de problemas do dia-a-dia dos profissionais.

Não dá para pensar que basta contratar um curso ou uma consultoria e todos os problemas estarão resolvidos. O design thinking e a inovação trabalham no campo da incerteza; além do esforço diário da prática, não é possível prever os resultados. Mas pode-se afirmar que as possibilidades de sucesso são maiores com o uso da ferramenta.

## IDEIA: Qual a relação entre design thinking e inovação?

**Lígia Fascioni** – Não vejo como trabalhar inovação hoje em dia sem o conceito de design thinking, pois a ideia central é justamente que não se parte de um problema específico a ser resolvido, mas do espaço problema-solução. Aí fica clara a principal diferença entre a engenharia e o design; enquanto a engenharia parte de um problema e se vale de um conjunto de ferramentas para resolvê-lo, o design para inovação parte de uma figura chamada muito apropriadamente espaço-problema-solução, onde tanto o problema como a solução ainda estão indefinidos e misturados no mesmo espaço conceitual. Há que se usar conceitos variados (variação cega com retenção seletiva, story-telling, prototipação, co-criação, etc) para que se possa solucionar um problema que inicialmente não estava sequer definido. É assim que a maior parte das inovações nasce, aumentando muito as chances de sucesso.

Então, o sucesso na utilização do design thinking depende muito mais do ambiente da empresa (sem preconceitos, menos conservador e disposto a arriscar e pensar o novo) do que propriamente a área de atuação. É possível inovar nas coisas mais simples e impensáveis, diferenciando totalmente a empresa no mercado.

## IDEIA: Você poderia dar alguma dica às empresas que desejam implantar o design thinking? Qual o primeiro passo para começar um trabalho de maneira correta?

**Lígia Fascioni** – Eu começaria elegendo um “pai da criança” para fazer a gestão dentro da empresa. Alguém que se ocupe em fazer a coisa andar; senão, a empolgação inicial passa e a coisa cai no esquecimento, perdida na rotina do dia-a-dia. Essa pessoa deveria se buscar o máximo de informações sobre o assunto e ter um plano para implementar o método na rotina da empresa. O conhecimento deveria ser compartilhado com os colaboradores por meio de palestras, seminários, cursos e workshops (já dei várias palestras em empresas e conheço excelentes profissionais que trabalham com workshops). Depois é inserir a prática na cultura da empresa e criar uma rotina de práticas de inovação. E trabalhar. Muito.

Para conhecer melhor Lígia, acesse [seu site aqui](#).

Seguir @ideiademkt

**Tags:** blog de marketing, design, design thinking, entrevista, estratégia para empresas, ferramenta de inovação, Ideia de Marketing, inovação, lígia fascioni, O que é Design Thinking?

*Previous post*  
Hyper Island: o mix de Lost e Big Brother das mídias digitais

*Next post*  
Cowbird, uma rede social para storytellers

O que você acha?



BLOG  
PUBLICITÁRIOS  
SOCIAL CLUB

essenciação

social41

Blog  
INICIATIVA Junior

tracto  
content marketing

Ciclo  
CONSULTORIA

TAGS

atendimento ação branding  
brandsense carreira cliente interno  
comportamento comportamento do  
consumidor comunicação  
comunicação interna content marketing  
conteudo criatividade design  
empreendedorismo empresas  
endomarketing estratégia  
facebook gestão de pessoas Ideia  
de Marketing inovação  
internet liderança marca marcas  
marketing marketing de  
conteúdo marketing digital  
mercado mídias sociais  
mobile motivação Negociação paulo lima  
planejamento publicidade redes  
sociais relacionamento  
relacionamento com o cliente relações  
publicas social media storytelling  
tecnologia VENDAS