

QUE  
*design de*  
SERVICO  
É ESSE ?

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO" – UNESP  
CURSO DE DESIGN – HABILITAÇÃO DESIGN DE PRODUTO DEPARTAMENTO DE DESIGN  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN CÂMPUS DE BAURU

QUE  
*design de*  
SERVIÇO  
É ESSE ?

MEMORIAL DE PROJETO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE PRODUTO

GABRIELA LUCIANA BRAZ  
ORIENTADORA: PROF<sup>ª</sup> DR<sup>ª</sup> MÔNICA MOURA

BAURU  
2023

B827q Braz, Gabriela  
Que Design de Serviço é Esse? / Gabriela Braz. -- Bauru, 2023  
104 p. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design) -  
Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura,  
Artes, Comunicação e Design, Bauru  
Orientadora: Mônica Moura

1. Design de Serviço. 2. Design Thinking. 3. Experiência do  
Usuário. 4. Design de Experiência. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de  
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

# Resumo

Apesar do seu grande potencial de impacto nas organizações, o Design de Serviço ainda é uma disciplina pouco difundida até mesmo entre os designers. Este projeto surgiu quando observei a carência de informações sobre Design de Serviço no Brasil e se tornou [quase] um manifesto sobre a necessidade dos designers serem protagonistas na mudança desse cenário. E o produto final deste trabalho tem a proposta [presunçosa] de ser o ponta pé inicial para essa mudança.

Palavras-chave: Design de Serviço; Design Thinking; Experiência do Usuário; Design de Experiência

# Abstract

Despite its great potential to impact organizations, Service Design is still a discipline that is not widely spread even among designers. This project emerged when I observed the lack of information about Service Design in Brazil and it became [almost] a manifesto about the need for designers to be protagonists in changing this scenario. And the final product of this work has the [presumptuous] proposal to be the kick-off for this change.

Keywords: Service Design; Design Thinking; User Experience; Experience Design

# Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, ao meu irmão Rique e minha mãe Milva, que me acompanharam durante toda a minha jornada na graduação e sempre me apoiaram com amor incondicional, não medindo esforços para que esse sonho fosse possível.

Ao meu marido, Dico, meu companheiro de vida que carinhosamente me ajudou a chegar até aqui. Suas palavras de incentivo e encorajamento foram fundamentais para manter minha motivação.

Agradeço à minha orientadora, Professora Dra Monica Moura, pela sua orientação valiosa e apoio ao longo deste trabalho. Sua trajetória ímpar e dedicação foram essenciais para o desenvolvimento deste estudo.

Gostaria de expressar minha gratidão aos participantes da pesquisa, que generosamente dedicaram seu tempo e compartilharam suas experiências. Sem a colaboração deles, este trabalho não seria possível.

Agradeço à UNESP, aos professores e funcionários que contribuíram para a minha formação acadêmica. Sua dedicação em transmitir conhecimento e incentivar o pensamento crítico foi fundamental para o meu crescimento pessoal e profissional.

Por fim, sou grata a todos os amigos com quem compartilhei este caminho e à cidade de Bauru, por ter me acolhido e me permitido chamá-la de lar.

Gabriela Braz

# Sumário

Sobre Mim	01
O Caminho Para o Design	02
O Design de Serviço em Debate	03
Objetivo	04
Processo de Design	05
Design Thinking	05
Duplo-Diamante	06
Meu Processo Neste Projeto	07
Fase 1   Validação de hipótese e definição da solução	08
Pesquisa   Ensino de Design de Serviço nas Universidades Brasileiras	08
Pesquisa   Importância do Design de Serviço	11
Análise da Pesquisa	12
Problema	13
Geração de Ideias	13
Definição da Solução	14
Fase 2   Pesquisa e desenvolvimento da solução	16
Definição de Escopo	17
Seleção de Conteúdo	18
Formato do Livro	19
Formato da Oficina	19
Pré-Evento   Detalhes Técnicos	20
Pré-Evento   Divulgação	21
Pré-Evento   Inscrições	23
Perfil dos Inscritos	27
Evento   Apresentação da Oficina	28
Evento   Participantes da Oficina	41
Evento   Mentoria dos Projetos	42
Evento   Apresentação dos Projetos	43
Pós-Evento   Emissão dos Certificados	47
Melhoria Contínua   Coleta de Feedback	48
Melhoria Contínua   Análise da Etapa de Teste	52
Melhoria Contínua   Adaptação do Conteúdo	54
Ferramentas	55
Considerações Finais	56
Referências Bibliográficas	57
Produto Final	58

# Sobre Mim

## Meu caminho para o Design

Meu caminho para o Design começou quando eu nasci. Sempre tive ânsia por entender como as coisas funcionavam, por consertar o que estava quebrado e por melhorar o que poderia ser mais funcional. E eu tive muita sorte porque meu pai, Marcos Braz, também tem essa natureza, então não me faltaram estímulos para seguir esse caminho.

Por algum motivo a minha primeira escolha de profissão foi Farmácia-Bioquímica. E tive o prazer de vivenciar a experiência em laboratórios esplêndidos por alguns anos. Hoje, eu percebo que também é uma forma de fazer design, é o design a nível molecular. Mas não me faria feliz.

Nesse mesmo período eu pude experimentar uma amostra do ambiente corporativo na empresa junior, a Farma Junior. Lá, como diretora de eventos, eu conheci o PMBoK, uma abordagem para gestão de projetos muito aplicada nas empresas até os dias atuais, e o Design Gráfico. Desbravei o Photoshop, conheci a teoria das cores e pedi ajuda para os amigos designers. Ao me aproximar dos estudantes de design, eu descobri um mundo muito maior. Fui me distanciando cada vez mais do ideal de ser farmacêutica.

Ao chegar no Design na UNESP, eu **estava procurando algo** e assumi o perfil de exploradora. Passei por disciplinas de produto, "invadi" as aulas de gráfico da Professora Mônica Moura e aprendi o conceito de "incorporar o erro" (que mais tarde eu veria muita conexão com os conceitos de melhoria contínua), conheci disciplinas do curso de Artes Visuais, fiz estágios que me ajudaram a entrar no mercado de trabalho, colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos e a desenvolver habilidades que me são úteis até hoje.

Em todas as minhas experiências de estágio ou trabalhos projetuais da faculdade, eu assumi o papel de facilitadora e sempre tive facilidade em olhar o "todo" do projeto e organizá-lo. Eu já fazia Design de Serviço às vezes e não sabia que tinha esse nome. Mas sempre soube que me fascinava.

Meu primeiro emprego na área de design foi como Designer de Serviço na Dock, uma startup do setor financeiro. Eu mesma ainda não sabia bem o que seria a minha função na prática. Mas os queridos Humberto Junior e Fabrício Lima disseram que reconheciam no meu trabalho as habilidades necessárias. E agora tenho convicção que eles estavam certos. Desde então, atuei como Designer de Serviço no setor de logística farmacêutica e no agronegócio.

Eu me considero uma pessoa de muita sorte por ter espaço para defender o modo de trabalho e de vida em que eu acredito. E espero contribuir de alguma forma para o caminho dos próximos designers.

# O Caminho Para o Design

Ainda existe no senso comum a ideia de que design está relacionado à estética, à beleza. Quando chegamos na faculdade de design, lembro-me que um professor fez a pergunta perturbadora: "Por que escolheu Design?" (acredito que perguntas semelhantes são feitas todos os anos aos calouros em seus respectivos cursos apenas por algum prazer de nos ver com olhar de perdidos, escorregando pela cadeira, tentando nos esconder atrás da mesa e torcendo para não ser escolhido para responder). Lembro-me de muitos colegas relatarem o seu apreço pelas artes e especialmente a sua habilidade em desenhar.

"Eu sempre desenhei bem"

Me aventuro a dizer que a maioria de nós, designers, tem algo em comum: a lembrança de ser feliz fazendo desenhos, esculturas, sujando as mãos de tinta, pesquisando materiais, mesmo depois de certa idade. E na minha concepção essa é a forma mais subjetiva que os futuros designers tem de expressar a sua [vontade de transformar e criar coisas](#).

Mas assim como a maioria das pessoas não-designers, nossos primeiros conceitos sobre o design se aproximavam da estética. Eu vejo isso como o início do [caminho para o Design](#). Alguns param nesses primeiros conceitos, ou por falta de acesso à informação ou por falta de interesse. Outros, se enveredam para as próximas etapas e se tornam designers ou, no mínimo, grandes entusiastas.

De modo geral, acredito que é possível fazer uma analogia da evolução de uma pessoa no caminho para o Design com a evolução do próprio Design na história da humanidade. Richard Buchanan (BUCHANAN, 1992) descreveu as quatro ordens do Design. A primeira ordem diz respeito ao design gráfico, que se concentra na comunicação por meio de representações visuais. E nosso primeiro contato com o mundo ao nascer ocorre essencialmente pela sua aparência, em como o mundo se apresenta para nós. Então, é muito natural que o primeiro contato das pessoas com o Design seja pela estética, pelo design visual. Na minha percepção a maioria das pessoas estacionam seu conceito de design nessa camada.

A próxima etapa seria compreender o design funcional, que passa a ser responsável por projetar produtos do dia-a-dia (e não estou aqui desconsiderando que existem muitas discussões sobre a função da arte. Mas decidi seguir as definições de Buchanan por mero pragmatismo). Nesse estágio, há a compreensão de que o Design está conectado de alguma forma às pessoas, que ele está à serviço da solução de problemas.

Na terceira ordem, nos damos conta que o design pode até interferir na experiência e emoção das pessoas. A experiência do usuário tem sido um conceito amplamente debatido nos dias atuais, pelo menos no mercado de trabalho e no meio acadêmico. Mas, poucos conhecem o design em sua terceira e quarta ordem, camadas mais estratégicas do design e sobre a influência do design nos serviços.

# O Design de Serviço em Debate

Todos já reclamaram ou elogiaram um serviço. Se fosse para responder rapidamente, todos tem pelo menos um exemplo de um serviço bom e um exemplo de um serviço ruim que experienciaram.

Mas as organizações ainda não estão debatendo o que é design de serviço e como ele pode contribuir para um mundo melhor. Há pouco, começamos a discutir o design de experiências, sobretudo com o crescimento e evolução dos produtos digitais. Nas empresas, é cada vez mais comum a experiência do cliente ser uma pauta.

E, se a evolução dessas discussões sobre o design acompanhar a tendência do caminho para o design, podemos inferir que a discussão do design de serviço já começou ou está prestes a começar. E nós, designers, precisamos estar preparados e nos apropriar desse tema.

Nós, designers, devemos nos apropriar da discussão sobre a influência do design nos serviços de forma **estruturada**. Esse trabalho já vem sendo feito por profissionais incríveis como Aguinaldo dos Santos, Dijon de Moraes, Carla Link, Tenny Pinheiro, Érico Fileno, Clarissa Biolchini, dentre outros. E a universidade tem um papel importante em acolher esse debate.

# Objetivo

Este projeto tem como objetivo desenvolver um livro com conteúdo básico sobre o Design de Serviço para todos que querem conhecer mais sobre o tema, especialmente graduandos ou recém-graduados em Design.

# Processo de Design

Para este trabalho, apliquei os pilares do Design Thinking como abordagem e a processo foi construído com base no Duplo-Diamante.

## Design Thinking

O **Design Thinking** (DT) é o modo de pensar do designer e em seu livro "Design Thinking" (BROWN, 2010), Tim Brown o define como "um conjunto de princípios que podem ser aplicados por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas". Desde a Bauhaus processos metodológicos de Design vem sendo criados e o termo "Design Thinking" surgiu dentro da IDEO, uma consultoria de Design, e foi criado por David Kelley, um dos fundadores da agência.

Trata-se de uma abordagem **centrada no ser humano** para a resolução de problemas e criação de soluções inovadoras. Teve origem no Design mas expandiu sua aplicação para diversas áreas, desde então. O DT coloca uma ênfase especial na compreensão profunda das necessidades, emoções e experiências dos usuários finais, procurando criar soluções que realmente atendam às suas demandas.

O DT promove a **colaboração multidisciplinar**, incentivando a participação de pessoas com diferentes habilidades e perspectivas. Ele é valorizado por sua abordagem flexível e orientada para o usuário, sendo aplicado em uma variedade de contextos para impulsionar a inovação e a solução de problemas complexos.

Além disso, defende a **prototipação e teste** com os usuários para obter feedback valioso. Este processo iterativo permite refinamentos contínuos com base nas respostas dos usuários, levando a uma solução mais alinhada com suas necessidades.

O **Duplo-Diamante** foi desenvolvido em 2005 pelo Conselho de Design do Reino Unido. Ele é uma representação visual do processo de inovação do Design, uma maneira simples de descrever o processo de qualquer projeto, dividido em quatro etapas, independente das ferramentas e métodos utilizados.

De acordo com o Conselho de Design do Reino Unido (“History of the double Diamond”, [s.d.]), as quatro etapas são divididas em dois diamantes, cada um representando uma fase específica do processo, sendo o primeiro diamante com foco no problema e o segundo com foco na solução:

## 1. Descobrir

- Nesta primeira fase, o objetivo é entender e definir claramente o problema ou desafio que está sendo enfrentado. Isso envolve pesquisa extensiva, coleta de dados, observação e imersão no contexto do problema. A ideia é explorar diferentes perspectivas e obter uma compreensão profunda das necessidades e motivações dos usuários ou stakeholders envolvidos.

## 2. Definir

- Com base nas informações coletadas na fase de Descoberta, a segunda etapa envolve a análise e a síntese dos dados para definir o problema de maneira mais específica. Isso inclui a identificação de padrões, insights e oportunidades para inovação. A equipe de design concentra-se em formular uma definição clara e precisa do problema, que servirá como guia para as fases subsequentes.

## 3. Desenvolver

- Na terceira etapa, o foco é na geração de uma ampla variedade de soluções possíveis para o problema identificado. Isso envolve brainstorming, prototipagem rápida, experimentação e iteração. A ideia é explorar várias abordagens e conceitos para encontrar a solução mais promissora.

## 4. Entregar

- A última fase concentra-se na implementação da solução escolhida e na entrega do produto final. Isso pode envolver a criação de protótipos mais avançados, refinamento com base no feedback do usuário e a produção do produto final.

A entrega, no entanto, não significa o fim do processo, pois a **melhoria contínua** por meio do feedback e a iteração são importantes para melhorar ainda mais a solução ao longo do tempo.

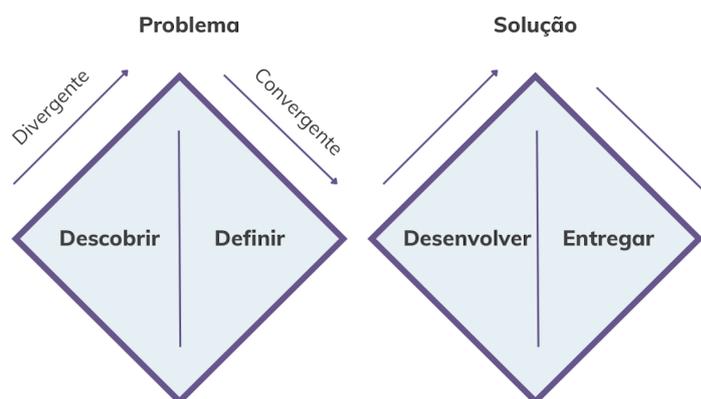


Imagem 1: Duplo-Diamante adaptado. Fonte: Conselho de Design do Reino Unido.

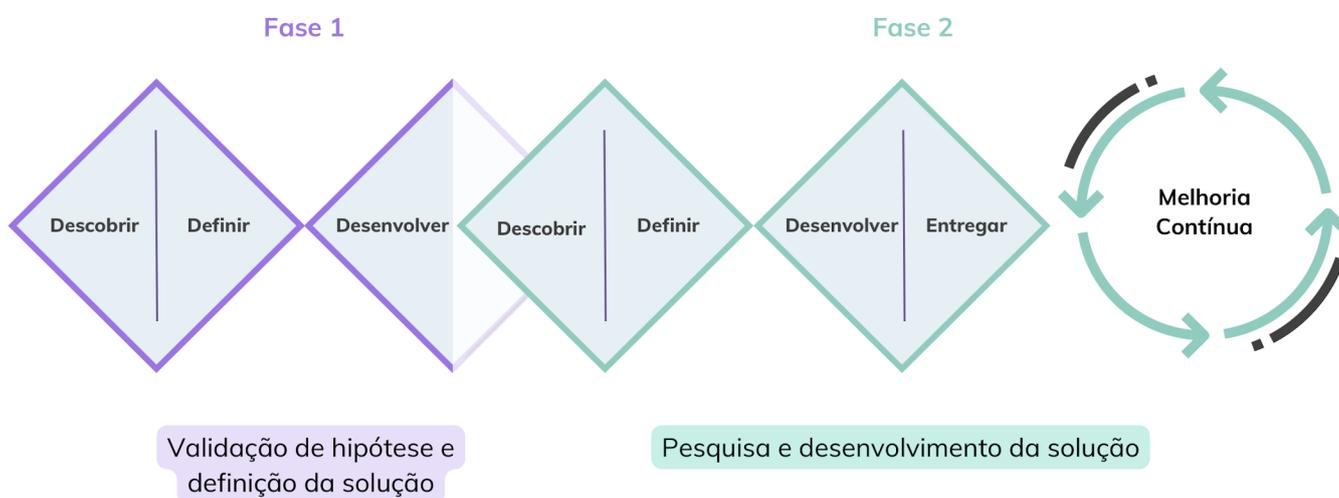
# Meu Processo Neste Projeto

O processo que eu apliquei neste projeto pode ser representado por 2 duplos-diamantes. O primeiro trata do problema como um todo, de forma mais geral, à partir de uma hipótese: "Não é ensinado sobre Design de Serviço nas faculdades de Design.". O processo é executado até a terceira etapa, onde eu chego à decisão de qual ideia implementar, que é o produto final deste projeto, um livro com conteúdo básico sobre design de serviço.

No entanto, na quarta etapa "entregar", onde eu implementaria a solução, eu escolhi recomençar o processo do duplo-diamante pois, apesar de já haver decidido qual solução implementar, devido à sua complexidade, haviam ainda muitas variáveis para serem descobertas.

Após a prototipação e teste, foi necessária uma etapa que pertence ao conceito de melhoria contínua, que consistiu em analisar os aprendizados dos testes e aplicar as melhorias necessárias no produto.

Abaixo, segue um diagrama que eu acredito melhor representar esse processo, dividido em duas fases. Na Fase 1, acontece a validação de hipótese e definição da solução (primeiro duplo-diamante) e na Fase 2, são executados a pesquisa e desenvolvimento da solução, por meio do segundo duplo diamante e das etapas de melhoria contínua.



**Imagem 2:** Diagrama utilizando Duplo-Diamante adaptado do Conselho de Design do Reino Unido que representa o processo aplicado neste projeto. Fonte: da autora.

## Fase 1 | Validação de hipótese e definição da solução



### Descobrir

#### Hipótese

"Não é ensinado sobre Design de Serviço nas faculdades de Design"

#### Pesquisa

Desk Research de Planos de Ensino de Graduação dos principais cursos de design do país

Importância do Design de Serviço.

#### Análise da Pesquisa

Conclusões à respeito da hipótese levantada com base nas pesquisas realizadas.

## Pesquisa | Ensino de Design de Serviço nas Universidades Brasileiras

Para entender melhor como o Design de Serviço está sendo abordado no meio acadêmico brasileiro, eu analisei o programa curricular dos principais cursos de Design do país. Para definir o escopo dessa pesquisa, considerei os cursos ativos de bacharelado de Design (e suas variações, como Design Gráfico, Design de Produto, Design Industrial etc), na modalidade presencial, cujo índice CPC (Conceito Preliminar de Curso) no MEC é igual ou maior que 4 (sendo que a escala vai de 1 a 5). Escolhi o CPC por ser baseado no desempenho dos alunos e ser considerada uma representação mais fiel ao curso.

The screenshot shows the 'Consulta Avançada' (Advanced Search) interface on the e-MEC website. The search criteria are as follows:

- Buscar por:**  Instituição de Ensino Superior  Curso de Graduação  Curso de Especialização
- Nome, Sigla ou Código da Instituição:** [Empty text box]
- Curso:** Design  Pesquisa Exata
- Classificação de Curso:**
  - Seleção Área Geral
  - Seleção Área Específica
  - Seleção Área Detalhada
  - Seleção Área Curso
- Filtro indisponível:** Em processo de atualização para a nova tabela de classificação CINE Brasil.
- UF:** Seleção...
- Município:** Seleção...
- Gratuidade do Curso:** Seleção...
- Modalidade:**  A Distância  Presencial
- Grau:**  Bacharelado  Licenciatura  Tecnológico  Sequencial
- Índice:** CPC  1  2  3  4  5  SC
- Situação:** Em Atividade

A 'Pesquisar' button is located at the bottom right of the form.

Imagem 3: 'Printscreen' da configuração da pesquisa realizada no e-mec. <<https://emec.mec.gov.br>>, acesso em 15/03/2023

A pesquisa retornou uma relação de 42 faculdades, sendo 1 na região norte, 10 na região nordeste, 1 na região centro-oeste, 13 na região sudeste e 16 na região sul do país, conforme tabela abaixo.

Controle - ID	Região	Estado	Universidade
1	Norte	Amazonas	UFAM
2	Norte	Acre	N/A
3	Norte	Rondônia	N/A
4	Norte	Amapá	N/A
5	Norte	Pará	N/A
6	Norte	Roraima	N/A
7	Nordeste	Maranhão	UFMA
8	Nordeste	Piauí	N/A
9	Nordeste	Bahia	UNEB
10	Nordeste	Bahia	UNIFACS
11	Nordeste	Bahia	UFBA
12	Nordeste	Bahia	UNIJORGE
13	Nordeste	Ceará	UFC
14	Nordeste	Rio Grande do Norte	UFRN
15	Nordeste	Paraíba	UFCG
16	Nordeste	Pernambuco	UFPE
17	Nordeste	Alagoas	UFAL
18	Nordeste	Alagoas	CENTRO UNIVERSITÁRIO MAURICIO DE NASSAU DE MACEIÓ
19	Nordeste	Sergipe	N/A
20	Centro-Oeste	Mato Grosso	N/A
21	Centro-Oeste	Mato Grosso do Sul	N/A
22	Centro-Oeste	Goiás	N/A
23	Centro-Oeste	Distrito Federal	UNB
24	Sudeste	Minas Gerais	UNI-BH
25	Sudeste	Minas Gerais	UFMG
26	Sudeste	Minas Gerais	UFJF
27	Sudeste	Espírito Santo	N/A
28	Sudeste	Rio de Janeiro	UFRJ
29	Sudeste	Rio de Janeiro	UNIFOA
30	Sudeste	Rio de Janeiro	UNICARIOCA
31	Sudeste	Rio de Janeiro	PUC-Rio

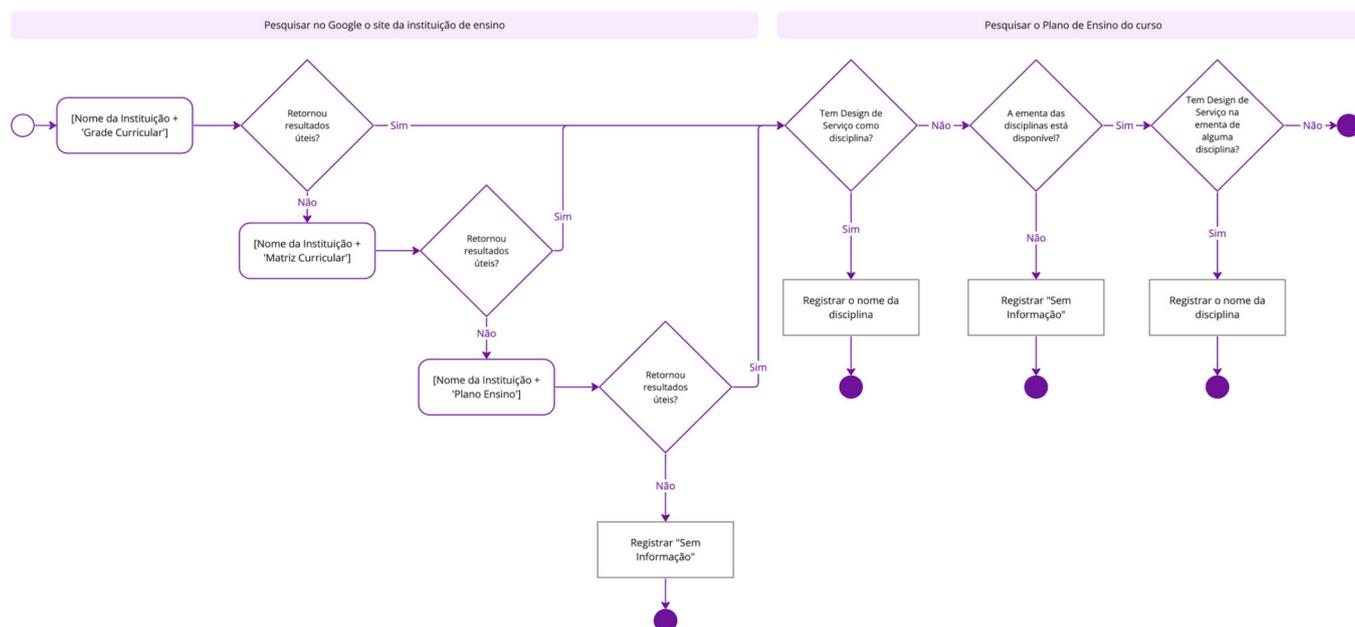
Controle - ID	Região	Estado	Universidade
32	Sudeste	São Paulo	MACKENZIE
33	Sudeste	São Paulo	ESPM
34	Sudeste	São Paulo	FIB
35	Sudeste	São Paulo	FACAMP
36	Sudeste	São Paulo	UNESP
37	Sudeste	São Paulo	USP
38	Sul	Paraná	UTFPR
39	Sul	Paraná	UP (UNIVERSIDADE POSITIVO)
40	Sul	Paraná	UNIBRASIL
41	Sul	Paraná	UEL
42	Sul	Santa Catarina	UNOESC
43	Sul	Santa Catarina	UNIVALI
44	Sul	Santa Catarina	UFSC
45	Sul	Rio Grande do Sul	UCS
46	Sul	Rio Grande do Sul	UNISINOS
47	Sul	Rio Grande do Sul	FEEVALE
48	Sul	Rio Grande do Sul	UNIUI
49	Sul	Rio Grande do Sul	UNIVATES
50	Sul	Rio Grande do Sul	ESPM - POÁ
51	Sul	Rio Grande do Sul	FSG
52	Sul	Rio Grande do Sul	UFRGS
53	Sul	Rio Grande do Sul	UFPEL

**Tabela 1:** Relação de universidades dentro do universo selecionado que retornaram na pesquisa do e-mec, identificadas por região e estado. Fonte: da autora.

**NOTA:** Os estados que não tiveram retorno de universidade na pesquisa foram identificados com a sigla N/A

Para cada instituição que a pesquisa retornou, realizei busca no Google utilizando os termos [Nome da Instituição + 'Grade Curricular'], [Nome da Instituição + 'Matriz Curricular'], [Nome da Instituição + 'Plano Ensino'], respectivamente como primeira, segunda e terceira opção de busca (caso a anterior não retornasse resultados úteis).

Após, realizei busca por disciplinas cujo nome represente o Design de Serviço. Em caso de retorno negativo, realizei a busca do termo "Design de Serviço" na ementa das disciplinas, quando disponíveis.



**Imagem 4:** Fluxograma de ações para análise do plano de ensino para cada faculdade que retornou na pesquisa do MEC. Fonte: da autora.

Dentre as universidades que retornaram na pesquisa do e-mec, 4 não foram encontradas informações do plano de ensino e, dentre as demais, apenas 9 possuem disciplinas específicas de Design de Serviço na matriz curricular, que representa apenas 21%. E apenas 3 delas são instituições públicas.

Controle - ID	Região	Estado	Universidade	Nome do Curso	Nome da Disciplina
12	Nordeste	Bahia	UNIJORGE	Design Gráfico	PROJETO EM DESIGN VISUAL E SERVIÇOS
17	Nordeste	Alagoas	UFAL	Design	Design de Serviços
29	Sudeste	Rio de Janeiro	UNIFOA	Design	Design de Serviço
31	Sudeste	Rio de Janeiro	PUC-Rio	Design	Grupo de Optativas de Ênfase Estratégia e Gestão: Disciplina: Design de Serviço
33	Sudeste	São Paulo	ESPM	Design	Projeto VI: Design de Serviços e Inovação Social
37	Sudeste	São Paulo	USP	Design	Introdução ao Design de Serviços
39	Sul	Paraná	UP (UNIVERSIDADE POSITIVO)	Design	SOLUÇÕES EM DESIGN DE SERVIÇO
45	Sul	Rio Grande do Sul	UCS	Design	Design de Serviço
50	Sul	Rio Grande do Sul	ESPM - POÁ	Design	Projeto VI (Design de Serviços e Inovação Social)

**Tabela 2:** Relação de universidades dentro do universo selecionado cujo curso de Design possui disciplina específica de Design de Serviço. Fonte: da autora.

Dentre as demais universidades, apenas 1, particular, coloca o Design de Serviço como parte da ementa de uma disciplina chamada "Projeto V"

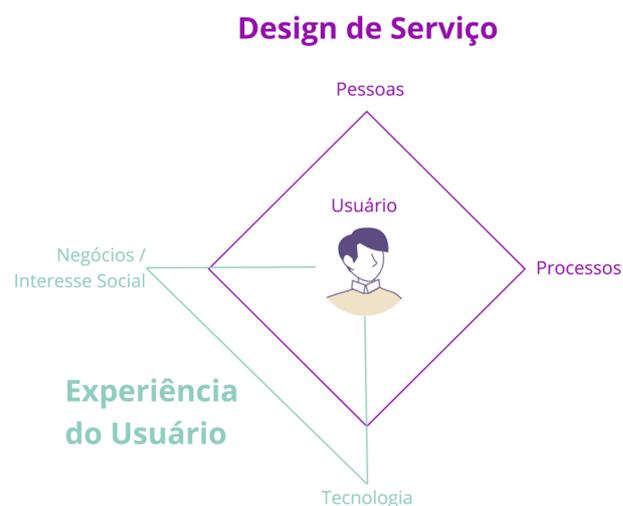
Controle - ID	Região	Estado	Universidade	Nome do Curso	Disciplina com Design de Serviço na ementa	Ementa
32	Sudeste	São Paulo	MACKENZIE	Design	PROJETO V	Desenvolvimento de Projeto de Serviços segundo as metodologias de Design Thinking e <b>Service Design</b> . Design centrado no usuário. Experience Design. Conhecer a metodologia de Design Thinking e estudar as bases conceituais necessários ao processo do Design de Serviços, O eixo temático: O Homem, os Bens e os Serviços orienta a componente curricular de Projeto V. Os temas, assuntos e conceitos a serem abordados contemplarão a dimensão teórica e prática da atividade projetual: 1. Design, Design Industrial e <b>Design de Serviços</b> ; 2. Metodologia de projeto: Design Thinking; 3. Comportamento do consumidor; 4. Linguagem gráfica e prototipação audiovisual

**Tabela 3:** Universidade dentro do universo selecionado cujo tema de Design de Serviço faz parte da ementa de alguma disciplina não específica. Fonte: da autora

## Pesquisa | Importância do Design de Serviço

O Design de Serviço é uma abordagem **multidisciplinar** que se concentra na melhoria e inovação de serviços. Ele incorpora princípios do design thinking com olhar holístico do **design de experiência do usuário**, **design de interação (tecnologia)**, **requisitos de negócio (ou de interesse social)**, **processos internos** e **a sua relação com as pessoas** que os executam para criar soluções mais eficientes, eficazes e **centradas no usuário**. O objetivo principal do Design de Serviço é **melhorar a qualidade e a interação entre o prestador de serviços e o cliente**, garantindo uma experiência mais eficiente e, quem sabe, mais agradável.

Seguindo a linha da **Lógica do Serviço-Dominante**, de Vargo e Lusch, Tim Brown também afirma de maneira análogo que "(...)todo produto já é um serviço.". Pensando que o avanço crescente da tecnologia coloca à disposição da população uma quantidade massiva de produtos anualmente, também estamos falando em aumento do número de serviços que **precisam ser orquestrados** para integrar a complexa rede desse ecossistema.



**Imagem 5:** Diagrama que representa as áreas incorporadas pelo Design de Serviço, demonstrando sua característica holística. Fonte: da autora.

E o Design de Serviço pode ser aplicado em muitos setores, como saúde, finanças, educação e instituições governamentais. Ele reconhece que os serviços não são apenas transações, mas **experiências complexas** que podem ser aprimoradas por meio da aplicação de princípios de design centrados no usuário e da **compreensão holística** de todo o **ecossistema de serviços**.

Por isso, o Design de Serviço desempenha um papel crucial na **promoção da inovação**, especialmente no contexto de serviços e experiência do usuário. A combinação dessas duas disciplinas cria uma abordagem integrada que busca, não apenas melhorar serviços existentes, mas também inovar na forma como os serviços são criados, entregues e experimentados. E por complementar a mentalidade inovadora, resulta em soluções que não apenas atendem às necessidades existentes, mas também **antecipam e respondem proativamente às mudanças e demandas emergentes**.

O Design de Serviço também desempenha um papel significativo na promoção da **inovação social**, contribuindo para abordagens mais eficazes e centradas nas **necessidades das comunidades** e indivíduos. Ao aplicar o Design de Serviço à inovação social, os designers tem a oportunidade de criar soluções mais impactantes e **sustentáveis**, abordando desafios sociais complexos de maneira colaborativa e centrada nas pessoas. Essa abordagem não apenas busca resolver problemas imediatos, mas também promove **mudanças positivas a longo prazo nas comunidades**.

## Análise da Pesquisa

Fica claro na pesquisa a importância do papel do Design de Serviço diante do mundo atual, cuja rede de serviços é cada vez mais complexa e precisa atender rapidamente às mudanças devido ao avanço tecnológico.

No entanto, ao analisar como o tema do Design de Serviço está sendo abordado dentro dos principais cursos de Design do Brasil, é possível inferir que o ensino do Design não está acompanhando essas rápidas mudanças, correndo o risco de serem cursos desatualizados e que não atendem à realidade do país e do mundo.

Portanto, a hipótese que motivou essa pesquisa pode ser validada, concluindo que é de extrema importância (e urgência) que o tema "Design de Serviço" seja incluído de algum modo na formação dos futuros designers.



## Definir

### Definição de um problema

Definir qual o problema que deverá ser solucionado.

### Problema

A maioria dos principais cursos de Design no Brasil não abordam o tema "Design de Serviço" em seu plano de ensino, fazendo com que a maioria dos designers recém-formados não conheçam o Design de Serviço e sua potencialidade.



## Desenvolver

### Geração de Ideias

Quais ideias poderiam resolver o problema anteriormente definido?

### Definição da solução

Dentre todas as ideias levantadas na etapa anterior, selecionar apenas uma para que seja implementada.

### Geração de Ideias

A geração de ideias também pode ser chamada de "brainstorming" ("chuva de ideias, em inglês). é uma técnica amplamente utilizada para a geração criativa de ideias em um ambiente de grupo. Essa abordagem tem como objetivo estimular a livre expressão de pensamentos e sugestões, incentivando a criatividade e a colaboração. O processo de brainstorming é projetado para ser livre de críticas durante a fase inicial, encorajando os participantes a compartilharem livremente suas ideias, por mais impraticáveis ou aparentemente fora de contexto que possam parecer.

Existem várias técnicas para estimular a geração de ideias. Uma delas é "Como Poderíamos...?", a qual foi utilizada neste projeto. Então, explorei possibilidades de solução para o problema definido.

### Geração de Ideias



Utilizando essa técnica, explorei possibilidades para responder à pergunta:

**Como poderíamos aumentar o nível de conhecimento em Design de Serviço dentre os designers recém-formados?**

Imagem 6: 'Printscreen' do Miro. Exercício de geração de ideias. Fonte: da autora.

## Definição da solução

Para selecionar apenas uma ideia dentre as possibilidades geradas, primeiro fiz um agrupamento de ideias semelhantes ou que pertenciam a uma mesma categoria.



Imagem 7: 'Printscreen' do Miro. Agrupamento de ideias em categorias. Fonte: da autora.

Assim, o agrupamento permitiu reduzir as 12 ideias geradas inicialmente a 4 categorias, sendo elas:

- alterar a matriz curricular
- oferecer um mini-curso
- escrever um livro
- criar um site
- criar conteúdo em rede social

O próximo passo, para selecionar as categorias, me inspirei na técnica de "Planning Poker" utilizada por times ágeis para classificar as atividades de maior e menor complexidade, com base em algumas variáveis.

Para este projeto, eu considerei as seguintes variáveis:

- Tempo necessário para executar
- Recursos necessários
- Efetividade em relação ao problema

Para cada ideia, eu atribuí um valor a cada variável. Sendo

- 3: alto
- 2: médio
- 1: baixo

Em caso de empate, a ideia que tiver mais notas maiores deve ser a escolhida.

Cabe ressaltar que as notas atribuídas são propositalmente subjetivas, ou seja, a pessoa que vai executar o projeto deve atribuir uma nota que corresponda ao **seu nível de conhecimento** naquele assunto, já que essa é uma variável imprescindível para a execução do trabalho. Por exemplo, quanto a recursos necessários, devo levar em conta se eu tenho acesso aos softwares necessários para edição de vídeo, ou mesmo os recursos de conhecimento.

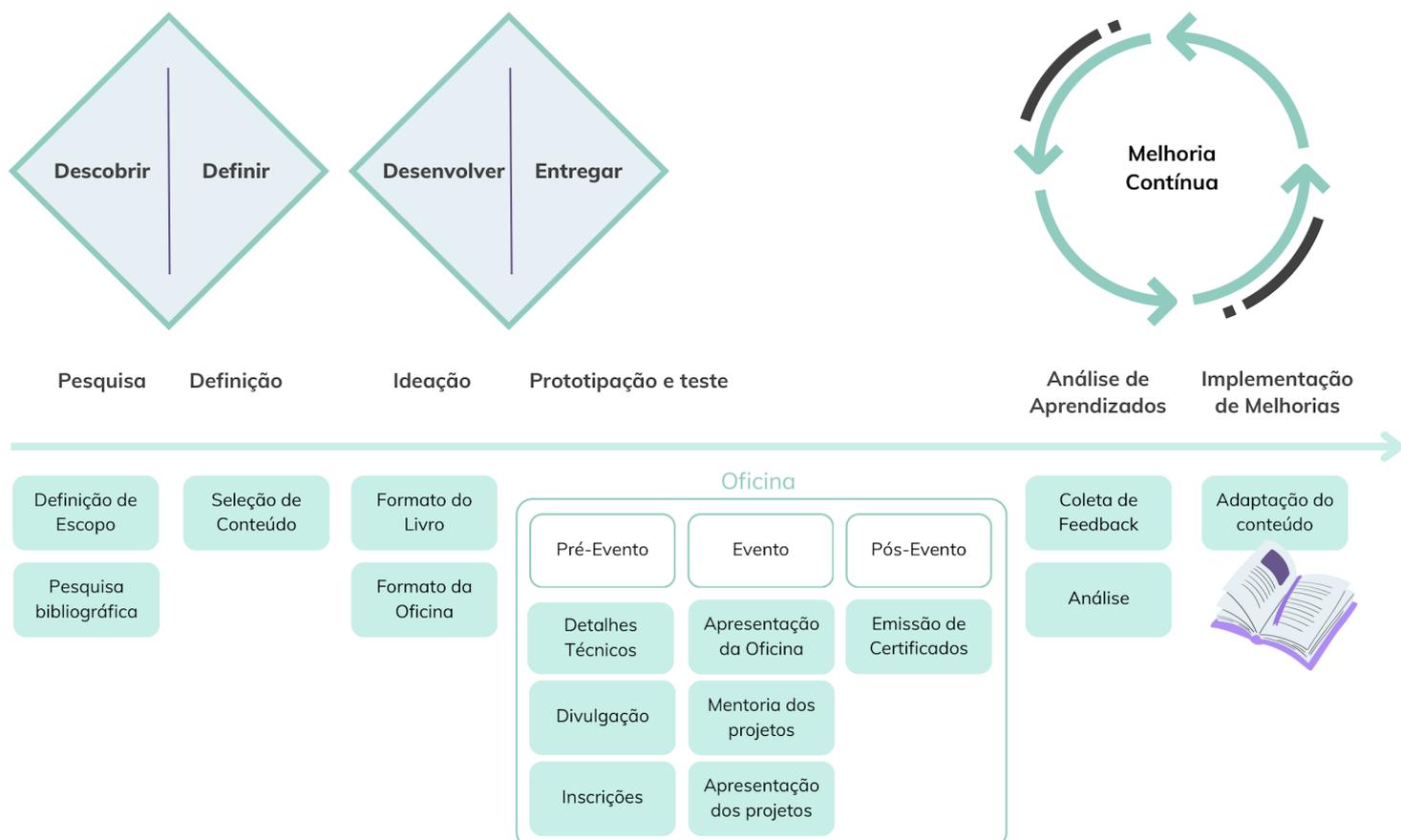
Então, o resultado da atribuição de notas a cada ideia foi a matriz a seguir, resultando na escolha da **criação de um livro** como solução:

**Seleção de Ideias**

	alterar a matriz curricular	mini-curso	Livro	site	conteúdo em rede social
Tempo necessário é factível	1	2	3	2	1
Possuo os recursos necessários	1	2	3	2	1
É efetivo	3	3	2	1	3
Total	5	7	8	5	5

**Imagem 8:** 'Printscreen' do Miro. Seleção de ideias por meio de atribuição de notas a variáveis consideradas importantes. Fonte: da autora

## Fase 2 | Pesquisa e desenvolvimento da solução





## Descobrir

### Pesquisa

Definição de Escopo

Pesquisa bibliográfica

O primeiro passo foi definir quais conteúdos deveriam compor o livro. Para isso, recorri aos principais livros de Design de Serviço, algumas fontes online, ementas de cursos de Design de Serviço e à minha própria experiência.

#### LIVROS

- Isto é Design Thinking de Serviços
- Isto é Design Thinking de Serviços na Prática
- Service Startup
- A Jornada do Design Thinking
- Good Services
- Metaprojeto
- Design Thinking

#### FONTES ONLINE

- **Interaction Design Foundation** - <https://www.interaction-design.org/>
- **Ideo** - <https://designthinking.ideo.com/>
- **Service Design Network** - <https://www.service-design-network.org/>
- **IBM** - <https://www.ibm.com/design/thinking/page/toolkit>
- **British Design Council** - <https://www.designcouncil.org.uk/>
- **Nielsen & Norman Group** - <https://www.nngroup.com/>

#### EMENTAS DOS CURSOS

- **Disciplina PRO3381 Design de Serviços | Escola Politécnica da USP** (<https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/obterDisciplina?nomdis=&sgldis=PRO3381>)
- **Service Design: How to Design Integrated Service Experiences | Interaction Design Foundation** (<https://www.interaction-design.org/courses/service-design-how-to-design-integrated-service-experiences>)
- **Design Thinking Essentials | Echos School of Design** (<https://echos.cc/school/>)
- **Intensivo em Design de Serviço | Livework** (<https://academy.liveworkstudio.com.br/curso/intensivo-em-design-de-servico-curso-pratico>)
- **Formação Service Design na prática | Alura** (<https://www.alura.com.br/formacao-service-design>)
- **Design de Serviço | Cursos PM3** (<https://www.cursospm3.com.br/sprints/design-e-produto/design-de-servico/>)
- **Design de Serviços | Mergo** (<https://www.mergo.com.br/cursos/design-servicos/>)



## Definir

### Definição

Seleção de  
Conteúdo

O conteúdo levantado na pesquisa foi classificado de acordo com os seguintes critérios:

- **Essencial** (não pode faltar): Quando aparece na maioria dos materiais pesquisados.
- **Importante:** Quando aparece em algumas das fontes pesquisadas e considero importantes para introdução ao tema, segundo experiência própria.
- **Material extra** (se houver oportunidade): Quando aparece em poucas das fontes pesquisadas e/ou considero pouco importantes para a introdução do tema.

Os temas também foram agrupados em categorias:

- O que é Design de Serviço
- O Profissional
- Importância
- Na Prática

Tema	Categoria	Classificação
Evolução do Design	O que é Design de Serviço	Essencial
O que é Serviço	O que é Design de Serviço	Essencial
Áreas da Experiência do Usuário	O profissional	Importante
O que o Design de Serviço faz	O profissional	Essencial
Onde o designer de serviço pode atuar	O profissional	Importante
O potencial do design de serviço para a inovação	Importância	Importante
Quais habilidades deve ter um designer de serviço	O profissional	Importante
Lógica do Serviço-Dominante	O que é Design de Serviço	Essencial
Design Thinking	Na prática	Essencial
Duplo-Diamante	Na prática	Essencial
Planejamento de Discovery	Na prática	Extra
Caixa de Ferramentas	Na prática	Importante
Estudos de casos	Na prática	Extra

**Tabela 4:** Relação de temas levantados, sua categorização e classificação quanto à relevância para o produto final.



## Desenvolver

### Ideação

Formato do Livro

Formato da Oficina

Como o principal objetivo é facilitar o acesso à informação do produto final deste trabalho, decidi criar o material em **tamanho A4 e formato .pdf** para que possa ser impresso e utilizado como material de estudo e consulta facilmente.

Para a validação do conteúdo criado, decidi colocá-lo à prova em uma **oficina remota** no seguinte formato:



Na primeira semana, aconteceu a apresentação teórica. E na semana seguinte, os inscritos que tivessem interesse, poderiam agendar mentorias comigo para execução de um mini projeto com tema de sua escolha, com o intuito de colocar em prática os conhecimentos adquiridos na oficina. Ao final, o encerramento aconteceu com a apresentação dos projetos pelos participantes.



## Entregar

### Prototipação e Teste



## Pré-Evento | Detalhes Técnicos

### Definição de Datas

Foi aberta oportunidade para inscrever a oficina como atividade exclusiva para veteranos no evento de recepção aos calouros da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da UNESP), dentre os dias 15 a 17 de março de 2023.

### Requisitos de participação

Para evitar um número muito grande de inscritos e poucos atendentes, [escolhi estrategicamente "filtrar" os interessados por meio de acordos sociais](#). No formulário de inscrição, a primeira etapa trata desses acordos e poderá ser vista em detalhes na sessão "Pré-Evento | Inscrições".

### Arte de Divulgação

Foi feita na ferramenta online Canva (<https://www.canva.com/>), escolhida pela sua acessibilidade e recursos de edição gráfica.

### Desenvolvimento

Os pilares do **Design Thinking** foram aplicados no desenvolvimento da oficina do seguinte modo:

- [Empatia](#) (ou "colocar-se na pele do outro", de acordo com Tim Brown.)

Convidei as pessoas para as quais eu imagino criar um produto final para que eu pudesse observar suas principais dificuldades e necessidades.

- [Colaboração](#)

Estimulei a interação dos participantes da oficina, colocação de opiniões e dúvidas.

- [Experimentação](#)

Coloquei o conteúdo criado à prova em uma oficina para validar a hipótese de que o produto é de fato necessário e identificar pontos de melhoria

## Pré-Evento | Divulgação

A imagem e texto ao lado foram divulgados em grupos de últimos anos da graduação em Design da UNESP e de algumas outras instituições. Também em redes sociais da UNESP, do curso de Design e site da UNESP.

Transcrição do texto de divulgação:

*Olá!! Já ouviu falar em Design de Serviço? Nessa oficina, vamos falar sobre o que é esse segmento do Design, quais as suas aplicações e ferramentas mais utilizadas na academia e no mercado, com momentos de trocas de conhecimento e debates. Por fim, você vai poder aplicar esses conhecimentos em um mini projeto que poderá compor seu portfólio e ainda receber um certificado. Bora? 🚀*

Inscrições e regulamento no link <https://forms.gle/2gW3yKXD6tyU1fnb6>



Imagem 9: 'Printscreen' de publicação do 'flyer' da oficina em grupo do whatsapp



Imagem 10: 'Printscreen' de post de divulgação da oficina que foi publicado no Instagram do curso de Design da UNESP, @designunesp\_oficial Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cpp5L4-O2Pz/>



Imagem 11: 'Printscreen' de post de divulgação da oficina que foi publicado no Instagram do Lab Design Contemporâneo, projeto de extensão do curso de Design da UNESP @labdesigncontemporaneo  
Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cpp5L4-O2Pz/>



Imagem 12: 'Printscreen' da programação da recepção aos calouros 2023 da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design), mostrando à direita a página em que constou a oficina de Design de Serviço, publicada no Instagram do curso de Design da UNESP @designunesp\_oficial  
Fonte: [https://www.instagram.com/p/Cpp34KPOIU7/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/Cpp34KPOIU7/?img_index=3)

## Pré-Evento | Inscrições

As inscrições foram realizadas por meio do preenchimento de um formulário online.

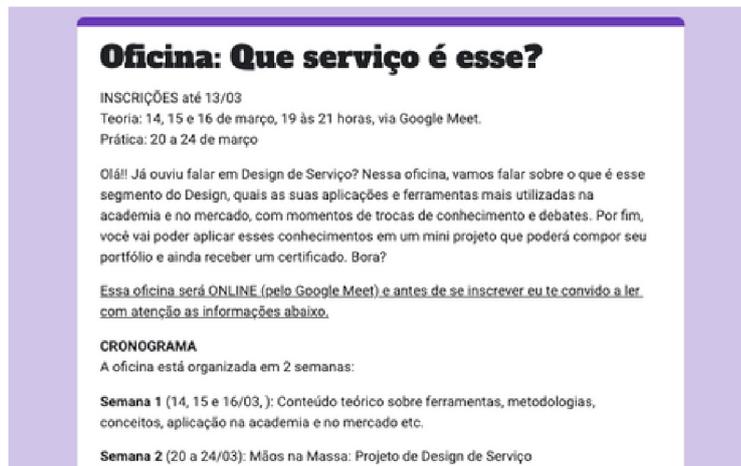


Imagem 13: 'Printscreen' do formulário de inscrição no Google Forms.

A seguir, segue a transcrição do formulário:

### Oficina: Que serviço é esse?

INSCRIÇÕES até 13/03

Teoria: 14, 15 e 16 de março, 19 às 21 horas, via Google Meet.

Prática: 20 a 24 de março

Olá!! Já ouviu falar em Design de Serviço? Nessa oficina, vamos falar sobre o que é esse segmento do Design, quais as suas aplicações e ferramentas mais utilizadas na academia e no mercado, com momentos de trocas de conhecimento e debates. Por fim, você vai poder aplicar esses conhecimentos em um mini projeto que poderá compor seu portfólio e ainda receber um certificado. Bora?

Essa oficina será ONLINE (pelo Google Meet) e antes de se inscrever eu te convido a ler com atenção as informações abaixo.

### CRONOGRAMA

A oficina está organizada em 2 semanas:

**Semana 1** (14, 15 e 16/03, ): Conteúdo teórico sobre ferramentas, metodologias, conceitos, aplicação na academia e no mercado etc.

**Semana 2** (20 a 24/03): Mãos na Massa: Projeto de Design de Serviço

Semana de trabalho em grupo com agendas comigo apenas para aconselhamento técnico. Não será necessário conectar todos os dias.

Será proposto que a turma se divida em equipes para cada uma trabalhar em um projeto de design de serviço. Mas, calma!! Não será nenhum demogorgon! Será um projeto leve e gostoso, que estimulará troca de conhecimento, discussões e eu estarei lá (online) para ajudá-los da melhor forma possível em todas as etapas para desenvolver um projeto do qual vocês se orgulhem. Ao final, vocês terão um case super legal para colocar no portfólio.

-> OBS 1: Os horários da Semana 2 serão definidos na primeira semana com a turma para contemplar a disponibilidade de todos.

### Requisitos para receber o certificado de conclusão:

- 1) Ter presença em todos os dias da Semana 1
- 2) Entregar o projeto na Semana 2

Eu sei que a gente ainda nem se conhece, mas precisamos fazer alguns combinados agora para depois todos continuarem felizes. \o/

\*

Esta atividade está sendo proposta como parte essencial do meu TCC, cujo produto final será um guia de Design de Serviço para iniciantes no tema. Então, além da participação de todos na Semana 2 ser muito importante para gerar um material rico e relevante a quem for consumi-lo no futuro, é necessário o cumprimento de alguns requisitos para a sua contribuição neste projeto.

Vamos lá?

- Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03).
- Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes.
- Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão.
- Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho.
- Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão.
- Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina.
- Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo.
- Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.

Nome Completo \*

Este é o nome que vai aparecer no certificado.

Sua resposta

---

E-mail (um que você use) \*

Sua resposta

---

Whatsapp \*

no formato (xx) xxxxx-xxxx

Toda comunicação sobre esta oficina como horários, divulgação de materiais extras e outros combinados será realizada por este canal.

Sua resposta

---

Curso \*

Design Gráfico

Design de Produto

Outro: 

---

Qual o ano e período da sua turma? \*

Ex: 020N (matrícula em 2020, período Noturno)

Sua resposta

---

Como você classifica seu nível de conhecimento em Design de Serviço? \*

0      1      2      3      4

Nunca ouvi falar                                    Já atuei na área

O que te motivou a querer participar desta oficina? \*

Sua resposta

---

A **comunicação** com os inscritos foi feita através de um **grupo de whatsapp** criado especificamente para essa finalidade.

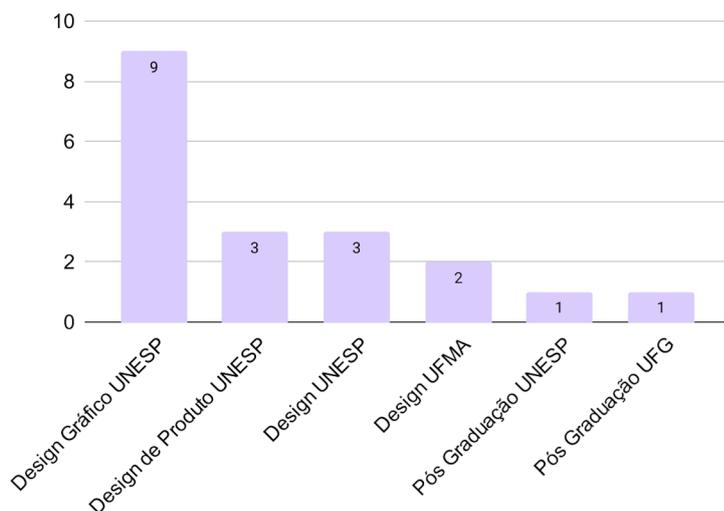


Imagem 14: 'Printscreen' de post de em grupo do whatsapp criado para comunicação com inscritos na oficina.

## Perfil dos inscritos

Ao todo, houve 19 pessoas inscritas e 15 atendentes.

### Curso/Instituição x Quantidade de inscritos



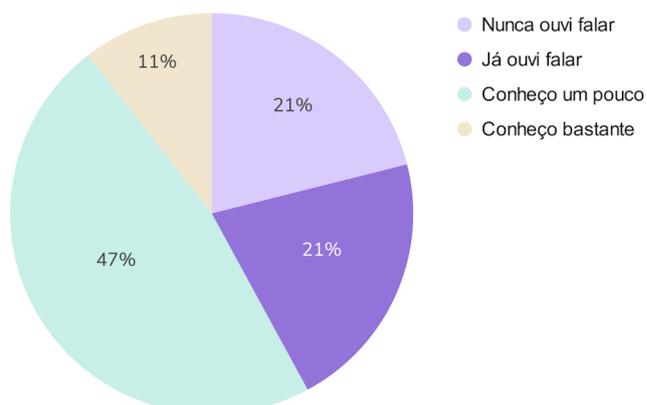
**Gráfico 1:** Gráfico em barras da relação de quantidade de inscritos na oficina por tipo de curso e instituição de ensino. Fonte: da autora.

### Ano de ingresso x Quantidade de inscritos



**Gráfico 2:** Gráfico em barras da relação da quantidade de inscritos na oficina por ano de ingresso na faculdade. Fonte: da autora.

### Auto percepção do nível de conhecimento em Design de Serviço



**Gráfico 3:** Gráfico em pizza do nível de conhecimento sobre Design de Serviço de acordo com a auto avaliação dos inscritos. Fonte: da autora.

# Evento | Apresentação da Oficina

A apresentação da oficina foi realizada remotamente via Google Meet. A seguir, seguem os slides utilizados nos 3 dias de oficina:

OFICINA REMOTA  
**DESIGN**  
*de serviço*  
14, 15 e 16/03  
19 - 21h

**QUEM SOU EU**  
Gabi Braz  
Unespiana  
Designer de Serviço  
mãe de planta

Design de Produto (2016)  
Design Gráfico (2017)  
Marketing (2018)  
UX / UI (2019)  
Design de Serviço (2020)  
Inovação Design Estratégico (ATUAL)

**Quem somos?**

- Nome ou apelido
- Curso, ano da turma, Faculdade
- Caravana de onde?
- Já conhece Design de Serviço?
- Passa a bolinha pra quem?

**Trabalho de Conclusão de Curso**

Oportunidade  
Escassez de informação sobre Design de Serviço nos cursos de Design

Objetivo  
Disponibilizar informações sobre Design de Serviço para graduandos, jovens profissionais e profissionais em transição de carreira

Solução  
Guia básico de Design de Serviço

Como  
Oficinas e acompanhamentos de projetos

**CRONOGRAMA**

Semana 1: 14/03, 15/03, 16/03  
Semana 2: 20 a 24/03, definir

14/03: O QUE, PRA QUÊ, PORQUE, HABILIDADES DO DESIGNER DE SERVIÇO

15/03: COMO (1) Conceitos, ferramentas e cases

16/03: COMO (2) Conceitos, ferramentas e cases, REVISÃO, BRIEFING DO PROJETO

20 a 24/03: MÃOS NA MASSA (Atendimento / mentoria de projeto), NECESSÁRIO CADA EQUIPE AGENDAR

definir: ENCERRAMENTO (Apresentação dos projetos)

**COMBINADOS**

**Câmera, ação!**  
O seu melhor ângulo é um que seja seu.  
E quanto mais gente, melhor

**Safe Space**  
Não existe pergunta ruim  
Estamos em Vegas

**Mãos na massa!**  
A melhor forma de aprender é fazendo

**DESIGN**  
*de serviço*  
dia 1  
14 de março

**EVOLUÇÃO DO DESIGN**

Gráfico  
Industrial  
Interação  
Sistemas

As quatro camadas do design de Richard Buchanan

## O QUE É SERVIÇO?



## O QUE É SERVIÇO?



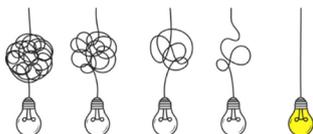
### SERVIÇO

Um serviço é um produto da atividade humana que satisfaz a uma necessidade, sem assumir a forma de um bem material.

### PROCESSO

Um processo pode ser definido por um **grupo de atividades** que são estruturadas de modo que após a sua finalização seja entregue um produto ou um serviço.

## O QUE O DESIGN DE SERVIÇO FAZ?

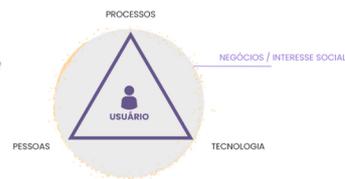


Cenários Complexos

## O QUE O DESIGN DE SERVIÇO FAZ?



As Relíquias do Design de Serviço



Adaptado do PPT Framework

## ÁREAS DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO



### UX Researcher

100% focado em pesquisa, análise de dados e montagem de estratégias. Não atua no desenho de soluções e, de modo geral, não participa da fase de implementação.

### UX (User Experience)

Experiência do usuário em relação a um produto final. Vai além do físico e procura entender as necessidades do usuário **melhorando a interação e a experiência entre os usuários e as interfaces.**

### UI (User Interface)

UI Designers trabalham com o **aspecto visual de um produto digital**, com foco em manter consistência e alinhamento com a linguagem visual e padrões definidos pelo Design Ops da organização.

### Design de Serviço

Experiência de **ponto a ponto** do usuário e de **todas as pessoas** envolvidas em um serviço. Atua em **ambientes complexos** para desenharem uma experiência fluida em todos os contatos de um serviço, externos e internos de uma organização, alinhando **pessoas, processos e tecnologia.**

"(...) o Design de Serviços ganha vida a partir da multidisciplinaridade", Fabricio Gimenes.

## ONDE O DESIGNER DE SERVIÇO PODE ATUAR?



- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| Inovação Social      | Organizações Privadas |
| Inovação Aberta      | Setor Público         |
| Inovação Incremental | Ong's                 |
| Inovação Disruptiva  |                       |

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 

- 
- 
- 



Tim Brown

Inovação é valor percebido.

## CONCEITO OU PRÁTICA?



## O POTENCIAL DO DESIGN PARA INOVAÇÃO SOCIAL

**SUSTENTABILIDADE**

este tema, e tanto incentivou a seriedade de reconhecer o valor de um caso de inovação social sustentável quanto **foi possível a habilidade dos designers em projetar um conjunto de soluções capaz de aplicá-lo e de reproduzi-lo em diversos contextos.** Isso incluindo o destaque dado pelo autor ao fato de

2. Considerando as condições atuais de nosso planeta e a natureza catastrófica das transformações em andamento, podemos nos perguntar: **qual foi o papel efetivo dos designers em aqui?** Infelizmente a resposta é clara demais. Falando em termos gerais, **os designers têm sido, e ainda são, "parte do problema".**

"O Design para sustentabilidade requer mudanças sistêmicas"

"[...] a sustentabilidade deveria ser o meta-objetivo de todas as possíveis pesquisas em design"

"Design para a inovação social e sustentabilidade", Ézio Manzini

Quando você tem duas cafeterias, uma ao lado da outra, e elas vendem exatamente o mesmo café, exatamente ao mesmo preço, Design de Serviços é o que faz você entrar em uma e não na outra.

This is Service Design Thinking

## QUAIS HABILIDADES DEVE TER UM DESIGNER DE SERVIÇO?

menti.com  
8988 2111

## Quais as habilidades do Designer de Serviço?

M. Mendonça

## HABILIDADES DO DESIGNER DE SERVIÇO

01. Visão Holística
02. Saber ouvir
03. Facilitação estratégica
04. Storytelling

## HABILIDADES DO DESIGNER DE SERVIÇO

SÉRIE MELHOR DESIGNER DE SERVIÇO

#1 CAPACIDADE DE FAZER PROJETOS COMPLEXOS

Série "Melhor Designer de Serviço" - #1 Capacidade de fazer projetos complexos

Quais são as principais características de grandes Designers de Serviço? O que pode tornar esta pessoa melhor em sua função? Que valores e a presença de uma série que representa uma ampla gama de competências, habilidades e conhecimentos importantes que qualificam qualquer Designer de Serviço como...

#10/2018 - 8/1

QUE SERVIÇO É ESSE?

# OBRIGADA

E até amanhã!

# DESIGN de serviço

dia 2  
15 de março



Stephen L. Vargo & Robert F. Lusch

### Evolving to a New Dominant Logic for Marketing

#### LÓGICA DO SERVIÇO- DOMINANTE

4Ps do Marketing  
Produto  
Preço  
Promoção  
Praça

Pessoas  
Processos  
Evidências Físicas

### DESIGN THINKING

- Empatia**
  - Empatia Cognitiva
  - Empatia Emocional

Maior desafio: Como a gente consegue se conectar com o outro sem entrar no espaço da crítica ou do julgamento?
- Colaboração**

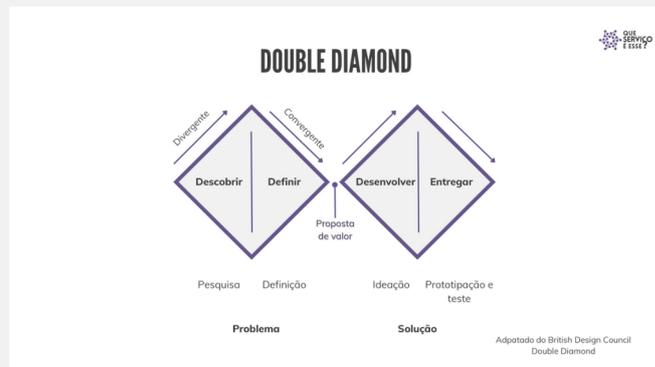
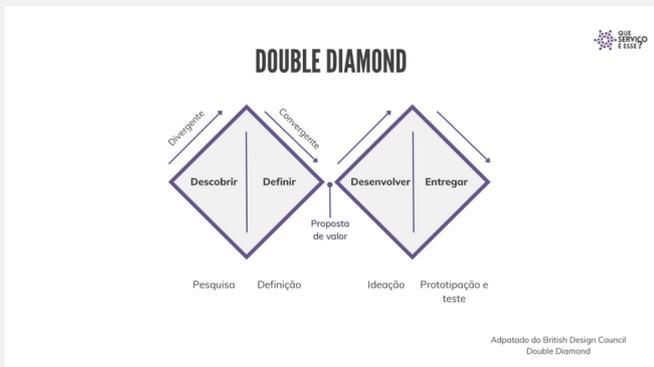
Curiosidade, Ambiente seguro, sintonia e diversidade, Cocriação.
- Experimentação**

Inovação é valor percebido.  
Construção e experimentação com o outro. O outro nos dirá se aquilo tem valor.

### DESIGN THINKING DE SERVIÇO

#### MUDANÇAS DE PENSAMENTO DO DESIGN

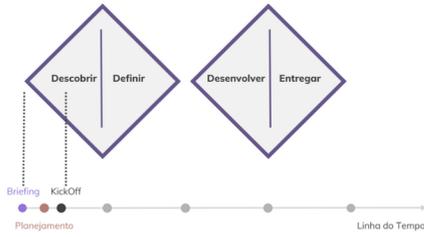
1. Centrado no ser humano
2. Cocriativo
3. Sequencial
4. Evidente
5. Holístico



### O PROCESSO

# NÃO É LINEAR

### PLANEJAMENTO DE UM DISCOVERY



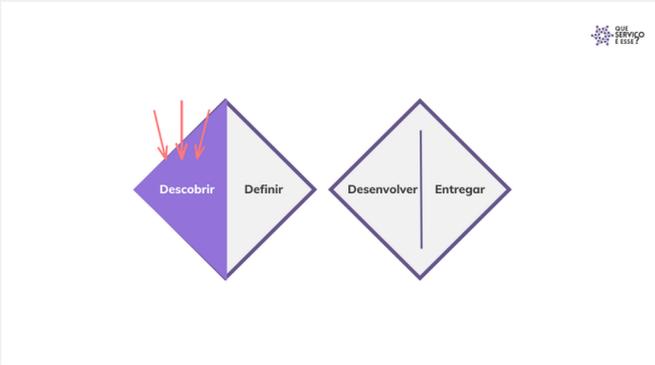
## CAIXA DE FERRAMENTAS

NÃO É MANUAL, É INSPIRAÇÃO!

## MAPA DE STAKEHOLDERS

Don Norman

*Designers, mais do que resolvedores, são definidores de problemas.*



### PESQUISA

Qualitativa	Exploratória
x	x
Quantitativa	Confirmatória

## PESQUISAS EXPLORATÓRIA E CONFIRMATÓRIA

### CONSTRUA SEU MURAL DE PESQUISA

- Conheça o que já está descoberto**
  - Conhecer os usuários
  - Ouvir o que os stakeholders falam
  - Consumir conteúdo existente
  - Converse com experts
- Descubra o que ainda não é conhecido**
  - Observe comportamentos
  - Pesquise
  - Explore novas perspectivas
  - Faça entrevistas

# MAPA DE STAKEHOLDERS

## MAPA DE STAKEHOLDERS

Identifica os papéis que precisam ser acionados e em qual momento

- Time principal
- Envolvidos
- Informados

# PERSONA

## PERSONA

**Personas gêmeas**

**Prince Charles**

Nasceu em 1948  
Cresceu na Inglaterra  
Casou-se duas vezes  
Tem filhos  
Bem-sucedido, rico  
Tira férias nos Alpes  
Gosta de cachorros

**Ozzy Osbourne**

Nasceu em 1948  
Cresceu na Inglaterra  
Casou-se duas vezes  
Tem filhos  
Bem-sucedido, rico  
Tira férias nos Alpes  
Gosta de cachorros

Livro A Jornada do Design Thinking

## PERSONA

Representação de um grupo de usuários que ajuda a guiar a pesquisa para colocar o usuário no centro

- 1 Defina os usuários  
Quem? Quantos? O que fazem?
- 2 Formule hipóteses  
Quais as diferenças entre os usuários?
- 3 Valide  
Busque dados
- 4 Encontre padrões  
Quais os objetivos de cada perfil?
- 5 Crie novos cenários  
O que acontece como persona em determinado cenário?

## PERSONA

**CANVAS DO PERFIL DO USUÁRIO**

Livro A Jornada do Design Thinking

## PERSONA

Nome: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_ creative

O que seu cliente **PENSA E SENTE?**  
O que seu cliente **ESCUITA?**  
O que seu cliente **FALA E FAZ?**

**DOR** (Quais são suas dores?) | **GANHOS** (Quais são seus ganhos?)

## PERSONA

- Use pessoas reais
- Identifique necessidades nas quais usaria o produto ou serviço em questão
- Descubra os Jobs-To-Be-Done
- Descreva experiências críticas
- Leve em conta os hábitos e comportamentos

**Criação contínua**

Vai sendo construída aos poucos, com a ajuda de diversas ferramentas e métodos. A cada nova informação, a persona vai sendo atualizada.

## DESK RESEARCH



## DESK RESEARCH



Pesquisa exploratória de dados já existentes e documentados

- Internet
- Livros
- Documentos pessoais
- Documentos da organização
- etc

Essas informações são a base para compreender o contexto de forma geral, formular algumas hipóteses e levantar dúvidas.



## SERVICE SAFARI



## SERVICE SAFARI



O designer passa pela experiência do usuário ao utilizar um produto ou serviço

- Compreender como é a interação do usuário com o produto ou serviço
- Experiências físicas e emocionais do usuário
- Jornada do usuário (exploratória)
- Insights e inspirações
- Selecionar o ambiente / horário
- Definir objetivo
- Registrar percepções, a jornada, dificuldades, sentimentos (texto, foto, vídeo, áudio)
- Consolidar



## ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE (OU ENTREVISTA DE NEEDFINDING)



## ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE



Entrevistas com os usuários para explorar seu contexto, suas necessidades e dores.

### Protocolo de entrevista

- Selecionar as pessoas certas
- Contextualizar o entrevistado sobre a pesquisa
- Pedir permissão para gravar
- Deixar o entrevistado à vontade
- Seguir um roteiro de perguntas
- Estar preparado para imprevistos

### Boas práticas para fazer as perguntas certas

- Entenda o que você quer descobrir
- Faça em par (moderador e anotador)
- Comece com perguntas quebra-gelo
- Crie perguntas que o usuário consiga responder
- Cuidado para não fazer perguntas enviesadas
- Resgate momentos específicos para gerar a conexão com determinada situação
- Faça a mesma pergunta de diferentes formas

OBS: dependendo do perfil do usuário, **perguntas mais abertas** podem funcionar bem.

## ETNOGRAFIA



## ETNOGRAFIA



Observar o usuário em seu contexto, utilizando o produto ou serviço para compreender comportamentos, reações e cultura.

### SHADOWING (SOMBRA)

Acompanha o usuário durante a utilização do produto ou serviço, sem interferir no processo

### ENTREVISTA CONTEXTUAL

Acompanha o usuário durante a utilização do produto ou serviço, fazendo perguntas específicas em alguns momentos

### NETNOGRAFIA

Pesquisa à partir de interações dos usuários em ambientes remotos, comunidades online etc.

# MAPA DE SISTEMAS



## MAPA DE SISTEMAS

Identifica o ecossistema em torno do serviço ou produto em questão

# COLETA DE DADOS



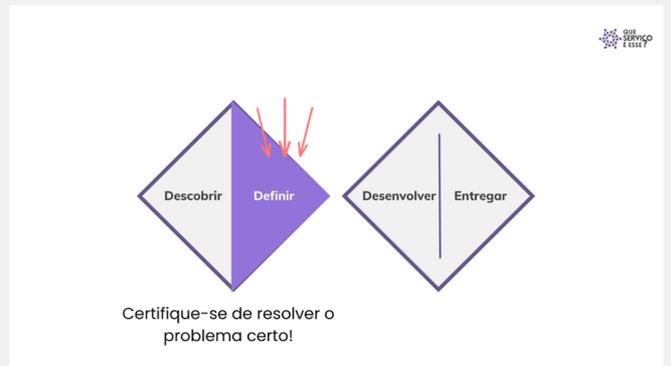
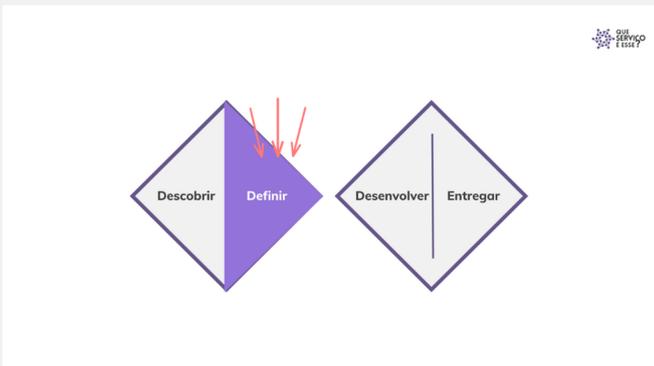
## COLETA DE DADOS

Tudo é coleta de dados

Mas é importante dados QUANTITATIVOS TAMBÉM

**INDICADORES E MÉTRICAS**      **BASES DE DADOS**      **RELATÓRIOS**

Dados QUANTITATIVOS validam as hipóteses levantadas a partir dos dados quantitativos



# INSIGHTS-CHAVE



## INSIGHTS-CHAVE

**Assim eu consigo todos os problemas identificados**

**Pessoas**

- Tempo de vendas não é rápido e faz pelo modo tradicional
- Atendimento não tem indicadores para mensurar
- Não há sistema de indicadores de atendimento

**Processos**

- Processos não padronizados
- Processos de alta complexidade e muitos
- Processos não fazem uso de tecnologia para automatizar processos

**Tecnologia**

- Informação pulverizada em diferentes sistemas
- Problemas de integração entre os sistemas não são resolvidos
- Sistemas utilizados para atendimento não permitem acesso ao histórico de clientes para melhor atendimento
- Respostas rápidas e precisas não são possíveis a partir de sistemas baseados em dados

**Clientes**

- Tempo de resposta do atendimento não é satisfatório
- Não há um sistema de atendimento

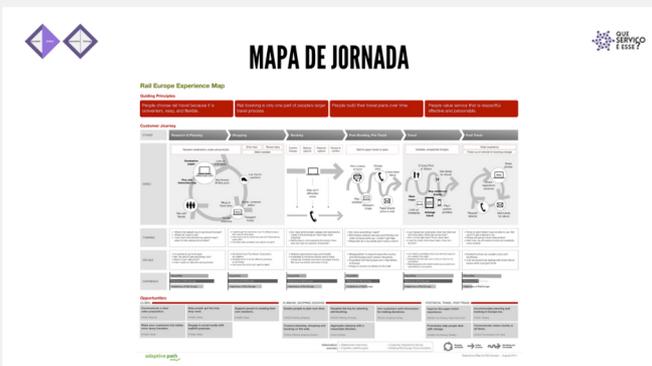
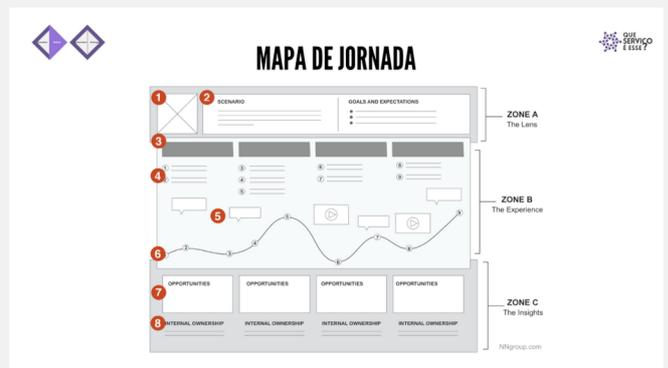
# JOBS-TO-BE-DONE

## JOBS-TO-BE-DONE

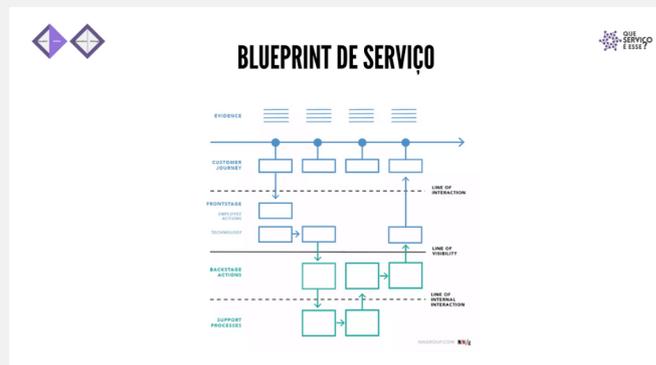
O que as pessoas querem conseguir realizar com seu produto?

Na jornada completa      Em uma etapa da Jornada

# MAPA DE JORNADA



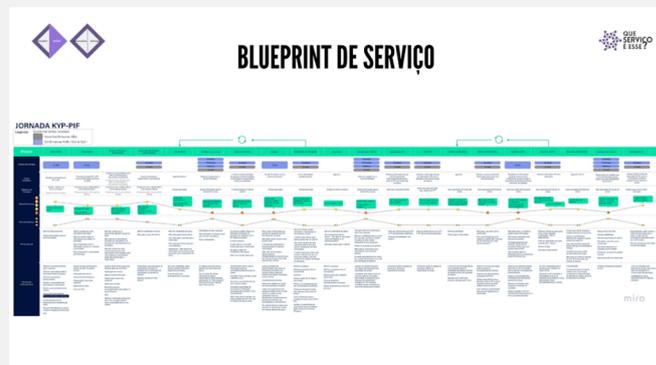
- ## MAPA DE JORNADA
- Identificar todos os pontos de contato de um usuário ao realizar uma atividade
- Etapas
  - Ação
  - Canal
  - Dores
  - Oportunidades
  - Mapa emocional
  - Tempo
  - Relações
  - Ferramentas



**BLUEPRINT DE SERVIÇO**

Identifica todas as camadas envolvidas em um serviço durante a jornada do cliente

- Tudo da Jornada
- + Frontstage
- Backstage

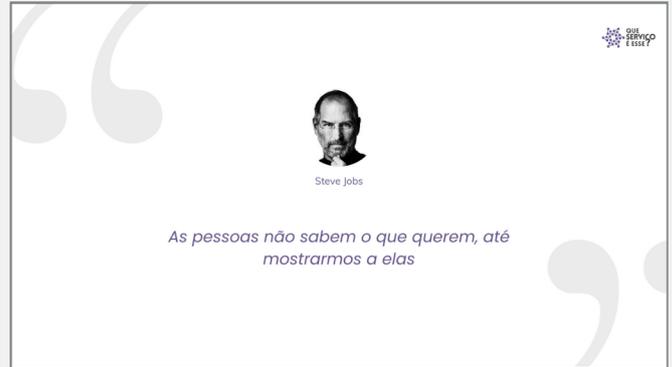
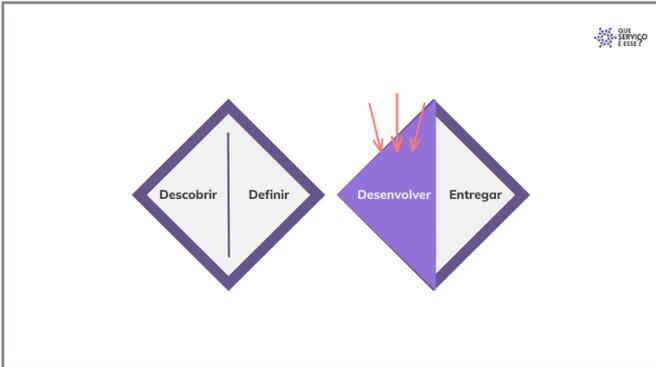


**BLUEPRINT DE SERVIÇO**

Identifica todas as camadas envolvidas em um serviço durante a jornada do cliente

**LIVROS RECOMENDADOS**





### ORGANIZANDO O BRAINSTORMING

- 1**  
**Ideação**  
Geramos mmmuitas ideias

- DEFINA O(S) PROBLEMA(S)
- FATIE TEMAS MUTO GRANDES
- CRIE AS QUESTÕES DO BRAINSTORMING
- CRIE CENÁRIOS PARA TANGIBILIZAR O PROBLEMA
  - Jornada
  - Blueprint
  - Storyboards
  - Textos
- QUEM PARTICIPA?

### ORGANIZANDO O BRAINSTORMING

- 1**  
**Ideação**  
Geramos mmmuitas ideias

#### ORGANIZE OS PROBLEMAS

Pode utilizar um diagrama de afinidades se houver muitos problemas levantados

### ORGANIZANDO O BRAINSTORMING

- 1**  
**Ideação**  
Geramos mmmuitas ideias

- DEFINA O(S) PROBLEMA(S)
- Há uma vala na rua que impede as pessoas de atravessarem
- CRIE AS QUESTÕES DO BRAINSTORMING
  - Como podemos encher a vala?
  - Como podemos permitir que as pessoas atravessem a rua?

OBS: "com segurança", "rapidamente" -> são requisitos, não ideias.

### ORGANIZANDO O BRAINSTORMING

- 1**  
**Ideação**  
Geramos mmmuitas ideias

- DEFINA O(S) PROBLEMA(S)
- Há uma vala na rua que impede as pessoas de atravessarem
- CRIE AS QUESTÕES DO BRAINSTORMING
  - Como podemos encher a vala?
  - ✓ Como podemos permitir que as pessoas atravessem a rua?

OBS: "com segurança", "rapidamente" -> são requisitos, não ideias.

### O BRAINSTORMING

*Idéias não tem valor em si mesmas, não são boas nem ruins, mas podem ser úteis*  
isto é Design de Serviço na Prática

- 1**  
**Ideação**  
Geramos mmmuitas ideias

- Não se apegue às ideias, e sim ao problema
- Não existe ideia ruim
- Precisamos gerar mmmuitas ideias

"Limpeza mental" → Geração de ideias

## O BRAINSTORMING

**1**  
**Ideação**  
Geramos mmmmmuitas ideias

**COMO PODERÍAMOS...?**  
**E SE...?** Explorando ideias para cenários futuros

**6 CHAPÉUS** Usado em problemas muito complexos

"Limpeza mental"

**CRAZY EIGHTS**  
Esboçar 8 ideias distintas em 5 minutos.

**COMPETIÇÃO**  
Pessoa ou equipe com mais ideias ganha

## O BRAINSTORMING

**1**  
**Ideação**  
Geramos mmmmmuitas ideias

**6 CHAPÉUS**  
Usado em problemas muito complexos



## O BRAINSTORMING

Geração de MAIS ideias

**1**  
**Ideação**  
Geramos mmmmmuitas ideias

# S C A M P E R

Substituir Combinar Adaptar Modificar Propor Eliminar Reorganizar



## AGRUPANDO AS IDEIAS

**2**  
**Avaliação**  
Filtramos e agrupamos

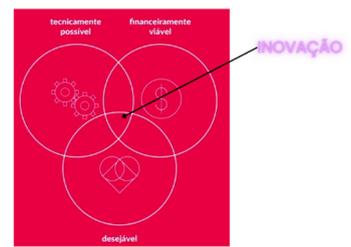
Relativas ao problema  
Empolgantes  
Fora do Escopo

Presente  
Passado  
Futuro

Persona A  
Persona B

## ESCOLHENDO AS IDEIAS

**3**  
**Priorização**  
Selecione as mais relevantes



## ESCOLHENDO AS IDEIAS

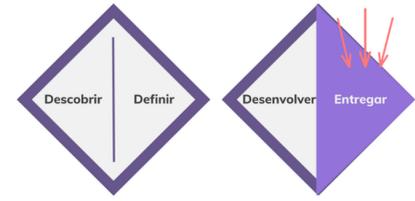
**3**  
**Priorização**  
Selecione as mais relevantes

Votação  
Matriz Esforço x Impacto  
Matriz de Riscos

## ESCOLHENDO AS IDEIAS

Matriz Esforço x Impacto

**3**  
**Priorização**  
Selecione as mais relevantes

# PROTOTIPANDO



O que é um protótipo?

# PROTOTIPANDO

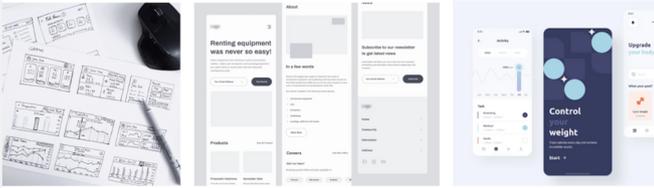


O que é um protótipo?  
Quais os tipos de protótipo?

# PROTOTIPANDO



O que é um protótipo?  
Quais os tipos de protótipo?



# PROTOTIPANDO



O que é um protótipo?  
Quais os tipos de protótipo?  
Como prototipar serviços?

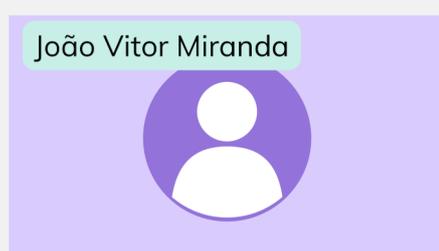
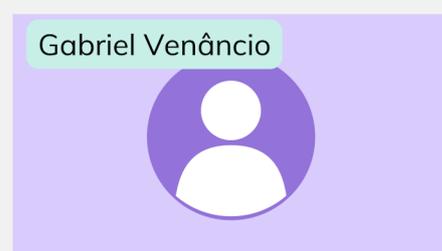
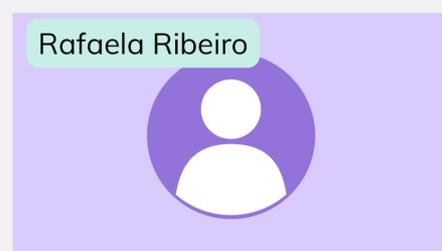
# PROTOTIPANDO



# OBRIGADA DEMAIS

Parabéns por estarem aqui!

## Evento | Participantes da Oficina



## Evento | Mentoria dos Projetos

### Objetivo

As mentorias tiveram o objetivo de dar orientação, aconselhamento e feedback construtivo aos participantes que escolheram participar da etapa prática da oficina. Pude compartilhar experiências pessoais e conhecimentos práticos que foram úteis para os mentorados, oferecendo insights baseados em situações semelhantes que já enfrentei.

### Agendamento

Os participantes tiveram autonomia para se organizarem em grupos ou individualmente e escolherem o tema do projeto livremente, visto que Design de Serviço pode ser aplicado em qualquer cenário.

As mentorias poderiam ser agendadas pelos participantes por meio do calendário do Google que eu disponibilizei, sendo que cada agenda teve duração de 30 minutos.



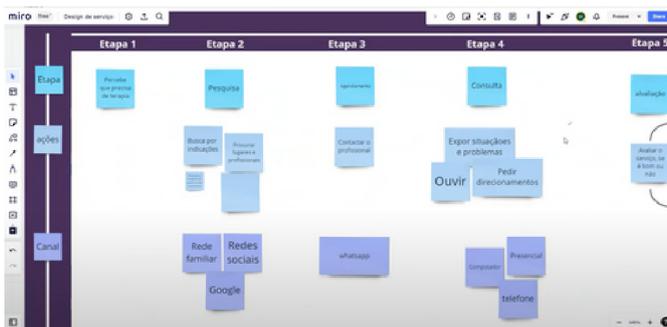
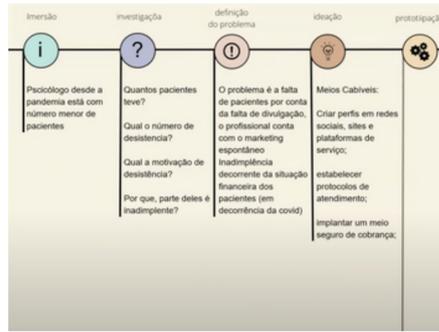
Utilizei o recurso de agendamento automático por meio do assistente de calendário do Google que permite a configuração e compartilhamento de horários disponíveis na minha agenda.

**Imagem 15:** 'Printscreen' do Google Calendário com configurações para o atendimento de mentorias de projeto.



# Projeto 2

**Tema** Gestão de Agendamentos com Psicólogo  
Baseado em problema real de um cliente.



# Projeto 3

**Tema** Aplicativo de acompanhamento de ciclo menstrual.  
 Baseado em problema observado pela autora.

*Decisão de estudar e melhorar aplicativos*

## Saúde íntima das pessoas que menstruam.



### Entendendo o CONTEXTO

65 Pessoas foram entrevistadas

**Mostramos** 19 a 39 anos

**83,7%** responderam sobre dados

**83%** usam app de ciclo

*As principais reclamações...*

- menstruação irregular
- esquecimento

### Buscando + INFORMAÇÕES

#### Suposições

- Os pacientes se sentem inseguros sobre a validade das informações
- As pessoas não sabem o que é o ciclo menstrual

#### Dúvidas

- Os profissionais não sabem o que é o ciclo menstrual
- Os pacientes não sabem o que é o ciclo menstrual

*...mas descobri após a entrevista com os médicos*

### Buscando + INFORMAÇÕES

#### Suposições

- Os pacientes se sentem inseguros sobre a validade das informações
- Os pacientes não sabem o que é o ciclo menstrual

#### Dúvidas

- Os profissionais não sabem o que é o ciclo menstrual
- Os pacientes não sabem o que é o ciclo menstrual

*...mas descobri após a entrevista com os médicos*

### JORNADA do Usuário

- Link de acesso a jornada

#### As OPORTUNIDADES

- Possibilidade de obter feedback imediato de forma rápida e automática
- Disponibilidade para inserir e registrar dados das informações necessárias
- Facilitar os passos para acessar o aplicativo
- Facilitar as informações obtidas no aplicativo para a validação de dados e em uma única página

*A jornada está na tela de dados que ajuda na identificação de padrões e na eficiência da triagem de dados*

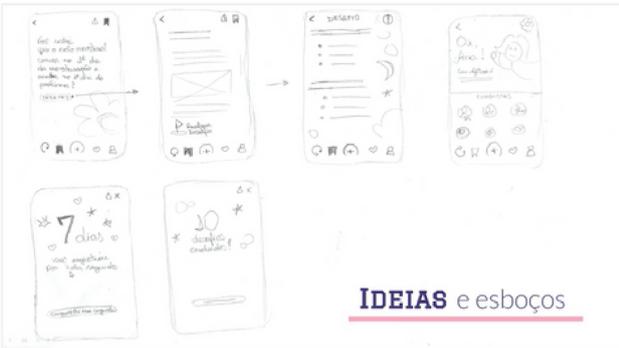
**Em ordem de importância, os sintomas e dados mais relevantes são:**

- 1 - Corrente forte para ficar no tempo, sensação de...
- 2 - Dolor abdominal (cólicas) intensas...
- 3 - Corrente fraca...
- 4 - O tempo de duração...
- 5 - Informação sobre o ciclo...
- 6 - Informação sobre a duração...
- 7 - Padrões de mudança...
- 8 - Períodos irregulares...
- 9 - Dor de cabeça...
- 10 - Informação sobre o ciclo...
- 11 - Informação sobre a duração...
- 12 - Informação sobre a duração...

**Entra em conflito com o que geralmente é solicitado:**

- 1 - duração do ciclo
- 2 - periodicidade
- 3 - volume menstruado
- 4 - se tem dismenorrea
- 5 - Se houve cólica e quais dias

Minhas  
IDEIAS E EBOSÇOS



Planos **FUTUROS**

- Estudar melhor a questão da gamificação;
- Entender como seria a **melhor forma de dispor as informações para os médicos** com base na relevância;
- Tentar alcançar pessoas que menstruam que se identificam como **Homens Trans ou não binários**, com o intuito de fazer uma interface mais inclusiva;
- Em caso de execução da ideia e futuro sucesso, estudar a possibilidade de **integrar médicos na plataforma** e usar como meio de indicação de consultórios e profissionais.



## Pós-Evento | Emissão dos Certificados

Os certificados foram emitidos de duas formas:

- Para quem participou dos 3 dias de oficina
- Para quem apresentou um projeto

Os certificados foram emitidos e enviados por e-mail e whatsapp.



Imagem 15: Modelo de certificado para participantes da parte teórica da oficina. Fonte: da autora



Imagem 16: Modelo de certificado para participantes da parte prática da oficina. Fonte: da autora.



## Melhoria Contínua

### Análise de Aprendizados

### Implementação de Melhorias

Coleta de Feedback

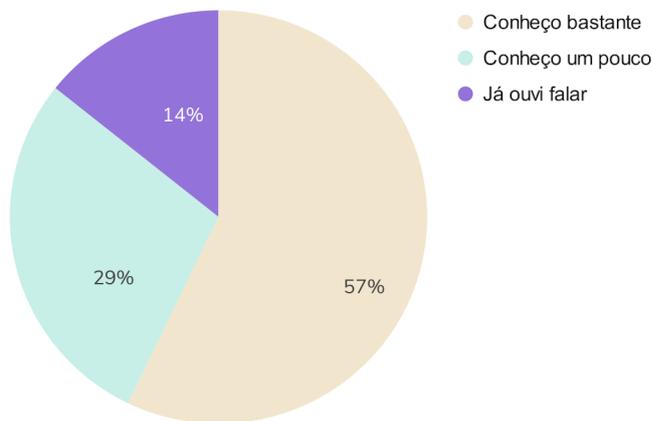
Análise

Adaptação do conteúdo

## Coleta de Feedback

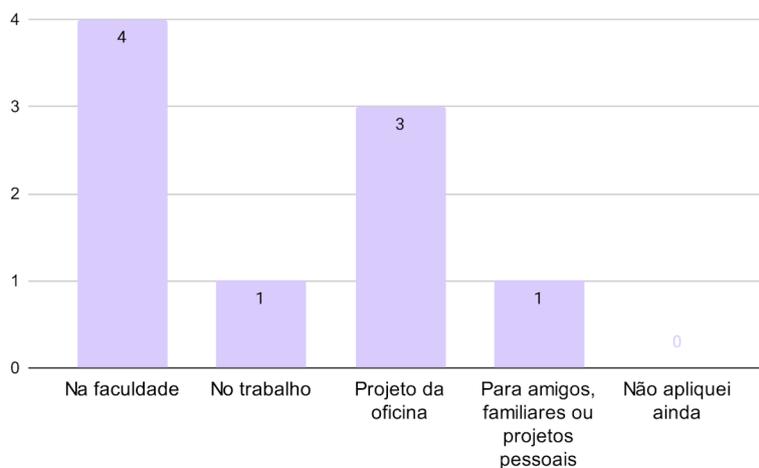
Foi enviado formulário de feedback, com obtenção de resultados de 7 respondentes.

### Auto percepção do nível de conhecimento em Design de Serviço (Após participação na oficina)



**Gráfico 4:** Gráfico em pizza do nível de conhecimento sobre Design de Serviço de acordo com a auto avaliação dos inscritos após a participação na oficina. Fonte: da autora.

### Você já aplicou o conhecimento adquirido na oficina?



**Gráfico 5:** Gráfico em barras da frequência de utilização do conteúdo apresentado na oficina em diferentes áreas da vida dos inscritos. Fonte: da autora.

### Gostaria de fazer outras oficinas sobre Design de Serviço?



Gráfico 6: Gráfico em barras da frequência de interesse no tema de Design de Serviço. Fonte: da autora.

### Sobre o que gostaria de aprender mais?

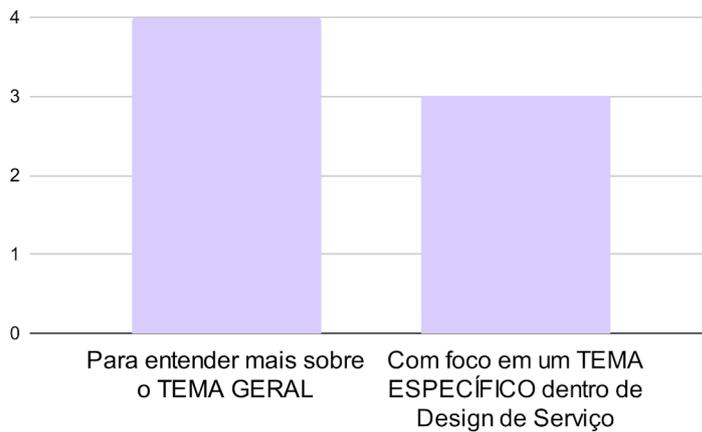
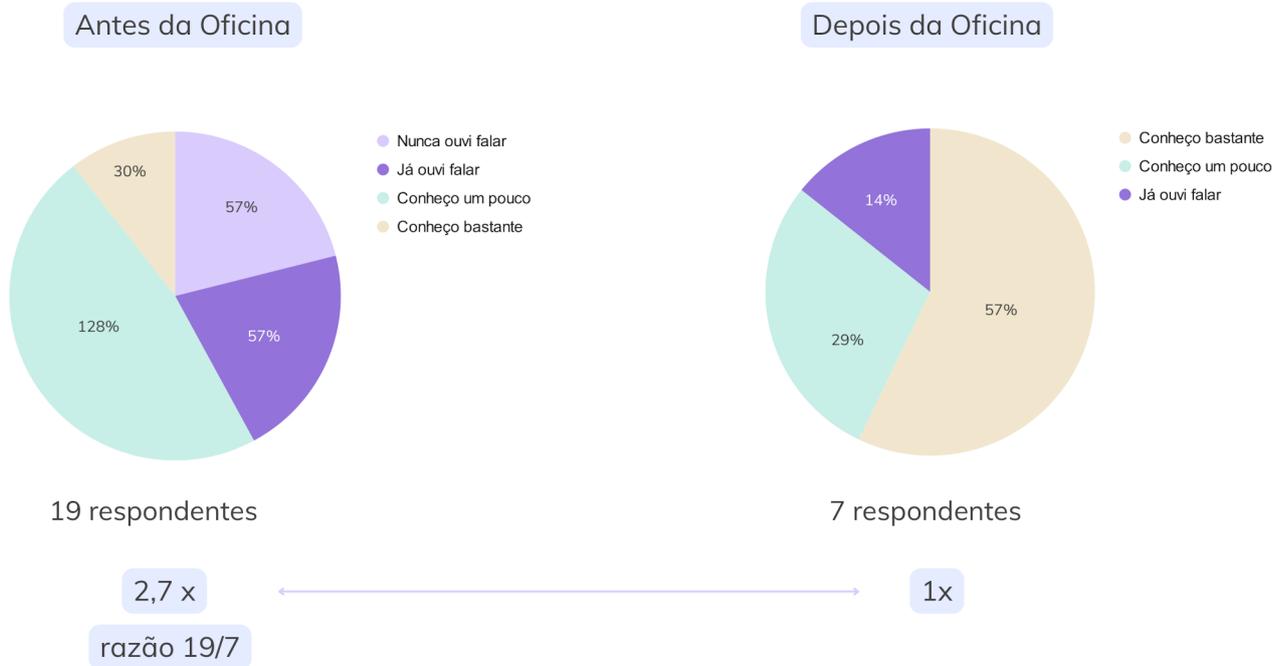


Gráfico 7: Gráfico em barras da frequência de interesse em temas específicos versus temas gerais relacionados ao Design de Serviço. Fonte: da autora.

Como na primeira pesquisa houveram 19 respondentes e na pesquisa de feedback, 7 respondentes, para viabilizar a comparação entre os gráficos 3 e 4, de antes e depois da oficina, fiz a correção estatística dos dados, resultando nos seguintes valores:

### Auto percepção do nível de conhecimento em Design de Serviço



Essa comparação nos permite afirmar que estatisticamente o número de pessoas que considera que conhece bastante e conhece um pouco aumentou significativamente, de 30 para 57% e de 29 para 128%, respectivamente, sugerindo que houve ganhos importantes para o aumento do nível de conhecimento sobre a disciplina de Design de Serviço para os participantes.

## Comentários ou sugestões

A oficina de design de serviço foi excelente e super necessário dentro da faculdade, maravilhoso saber que existem profissionais dentro da unesp com esse conhecimento, espero que seja um conteúdo dentro da grade curricular para os futuros ingressantes.

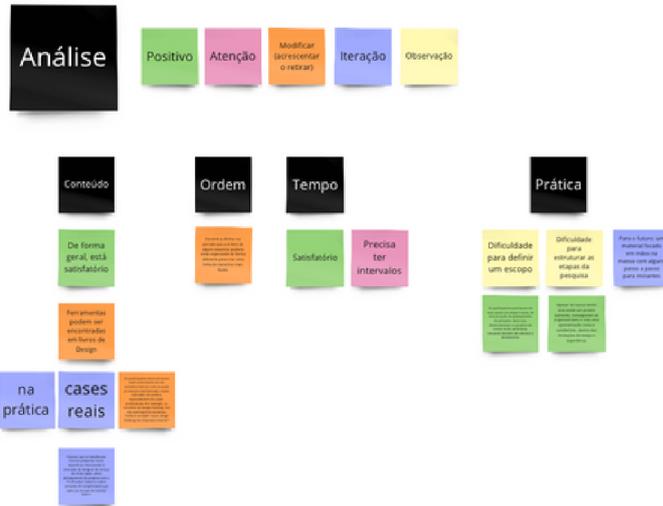
Gostei muito da oficina, com certeza um aprendizado que eu vou levar para a vida e que pretendo dar continuidade em conjunto com a área que eu gosto (UX/UI), parabéns!!

Além disso, foi muito enriquecedor ver exemplos reais em trabalhos dentro da indústria, porque ajuda a sair da teoria e ver na prática os benefícios do service designer. Muito obrigado pela paciência e atenção durante as oficinas também Gabi!

Só elogios e agradecimentos pela experiência!!

## Análise

Com base nas respostas dos formulários de inscrição e feedback e nas minhas próprias observações durante a oficina, cheguei a algumas conclusões, as quais foram agrupadas nos seguintes tópicos:



**Imagem 17:** 'Printscreen' do Miro. Exercício de análise dos pontos levantados sobre a oficina que tem potencial para motivar alterações no produto final. Fonte: da autora

### Ordem de apresentação

Durante a oficina eu percebi que a ordem de alguns assuntos poderia estar organizada de forma diferente para criar uma linha de raciocínio mais fluida.

### Tempo de apresentação

A duração foi adequada para o conteúdo planejado. No entanto, é necessário planejar intervalos para garantir a atenção dos participantes.

### Prática dos projetos

Os participantes precisaram de mais ajuda nas etapas iniciais, de estruturação do planejamento da pesquisa. Após isso, desenvolveram os projetos de forma muito autônoma, tomando decisões de métodos e ferramentas. E apesar de nunca terem executado um projeto parecido, conseguiram se organizar bem e criar uma apresentação coesa e satisfatória, considerando as limitações de tempo e experiência na área.

### Conteúdo em geral

Participantes que já trabalhavam fizeram algumas perguntas que fugiram do escopo planejado. Tratavam-se de perguntas muito específicas relacionadas à interação do designer de serviço em times ágeis, sobre planejamento de projetos com o PO (Product Owner) e sobre camadas de complexidade que saem do escopo de material básico. Portanto, considero que de forma geral, o conteúdo demonstrou ser satisfatório, tendo em vista se compararmos os gráficos 3 e 4.

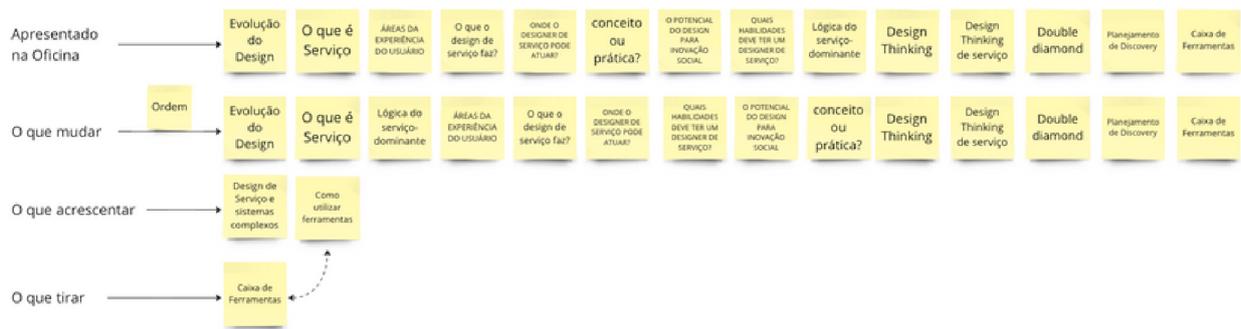
Especificamente em relação à apresentação das ferramentas, levantei dúvidas quanto à necessidade de incorporar esse conteúdo no produto final. Pois há muitos livros e repositórios online que já fazem muito bem o trabalho de apresentar e descrever modo de uso e função das ferramentas. Portanto, decidi que esse conteúdo deveria sofrer alteração em relação à forma como apresentei na oficina para que, de fato, seja um diferencial.

Um dos participantes fez um comentário muito pertinente sobre a popularização do conceito de design mais estratégico e menos visual por meio do Design Thinking. E que isso faz com que muitas pessoas tenham uma leitura errada de que o design se resume a Design Thinking, chegando a até aplicar de forma equivocada. De fato, é a mesma impressão que eu tenho e decidi adentrar um pouco mais na discussão sobre os sistemas complexos em que o design de serviço atua para evitar cair nesse rótulo do "design thinking de senso comum".

## Adaptação do Conteúdo

À partir da análise anterior, defini as seguintes alterações:

- **Reordenação do conteúdo**
- **Acrescentar** conteúdo sobre a relação do design de serviço com sistemas complexos (para diferenciá-lo ainda mais do "design thinking de senso comum")
- **Acrescentar** conteúdo sobre "como usar as ferramentas"
- **Excluir** a Caixa de Ferramentas



**Imagem 18:** 'Printscreen' do Miro. Organização dos temas que devem sofrer mudanças de ordenação, incremento ou exclusão. Fonte: da autora

# Ferramentas

Ao longo do projeto, utilizei as seguintes ferramentas como apoio:



Planejamento e Ideação



Controle e gestão das tarefas



Apresentações, materiais gráficos (certificados), produto final e relatório.



Armazenamento de arquivos.



Apresentações da oficina e mentorias.



Formulários de inscrição e coleta de feedback.



Agendamento automático de mentorias por meio do assistente de agendamento que permite a configuração e compartilhamento de horários disponíveis



Criação de grupo para comunicação com os inscritos na oficina.

# Considerações Finais

Neste trabalho foi possível aplicar o processo de design o qual compartilhei na oficina. Foi o Design do Design (inspirada por Dijon de Moraes).

Os participantes demonstraram muito entusiasmo em ver conceitos teóricos com os quais já estavam familiarizados sendo colocados em prática, especialmente em cases profissionais. Por exemplo, ao apresentar conceitos de design thinking, um dos participantes exclamou "Então é verdade? Usam design thinking nas empresas mesmo?"

Houve muito interesse em saber como é, de fato, na prática do mercado de trabalho. Quando estou em uma empresa, o que eu apresento para meu chefe é o mesmo que eu apresentaria ao professor da faculdade? Claro que, além da curiosidade que é muito natural, ainda há uma ruptura grande entre o meio acadêmico e o mercado de trabalho.

É uma balança difícil de equilibrar mas seguimos tentando.

Participar deste projeto me fez crescer como profissional e como pessoa. E digo "participar" porque ele não foi só meu. Um projeto de design é sempre colaborativo. E considero que em cada análise ou comentário é composto por pequenos fragmentos de aprendizados que adquiri com outras pessoas. Afina, assim que construímos o conhecimento. Compartilhando.

Fico satisfeita com o trabalho realizado. Acredito que o produto final será capaz de cumprir o seu objetivo. E o término deste trabalho me lembra que processos de Design nunca terminam. Por isso, espero continuar evoluindo este material, que ele seja vivo. E que eu possa ser uma das muitas vozes que vai levar o Design de Serviço a cada vez mais pessoas.



# Referências Bibliográficas

BROWN T. Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. [s.l.] Lian Jing/Tsai Fong Books, 2010.

BUCHANAN, R. Wicked Problems in Design Thinking. *Design issues*, v. 8, n. 2, p. 5, 1992.

GOLSBY-SMITH, T. Fourth order design: A practical perspective. *Design issues*, v. 12, n. 1, p. 5, 1996.

History of the double Diamond. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/>>. Acesso em: 15 out. 2023.

MORAES, Dijon de. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010.

NORMAN, D. A. *The design of everyday things*. Londres, England: MIT Press, 2013.

PINHEIRO, T. *The service Startup: Design thinking gets lean*. 3. ed. [s.l.] Eise, 2014.

RAMOS, M. et al. Design de serviços e experiência do usuário (UX): uma análise do relacionamento das áreas. *DAPesquisa*, v. 11, n. 16, p. 105–123, 2016.

STICKDORN, M. et al. *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. [s.l.] O'Reilly Media, 2018.

STICKDORN, M.; SCHNEIDER, J. *This is service design thinking: Basics, tools, cases*. Nashville, TN, USA: John Wiley & Sons, 2011.

TARTAS, D. et al. Uma análise bibliográfica e histórica entre serviços e design de serviços. *DAPesquisa*, v. 11, n. 17, p. 033–046, 2016.

THAM, J. C. K.; HOWARD, T.; VERHULSDONCK, G. *UX writing: Designing user-centered content*. Londres, England: Routledge, 2023.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of marketing*, v. 68, n. 1, p. 1–17, 2004.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 44, n. 1, p. 5–23, 2016.

# Produto Final

QUE  
*design de*  
SERVIÇO  
É ESSE ?

Gabi Braz

# Que [Design De] Serviço É Esse?

Gabriela Braz

2023

QUE  
*design de*  
SERVIÇO  
É ESSE?

Este material é produto final do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Design de Produto da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho - UNESP



# Sumário

<b>1</b>	<u>A Evolução do Design</u>	01
	Quando Surge o Design de Serviço?	04
<b>2</b>	<u>O Que é Serviço?</u>	05
<b>3</b>	<u>Design de Serviço e Sistemas Complexos</u>	08
<b>4</b>	<u>Lógica do Serviço-Dominante</u>	10
<b>5</b>	<u>Experiência do Usuário</u>	12
	Profissionais da Experiência do Usuário	14
	E o que o Designer de Serviço Faz?	15
<b>6</b>	<u>Ferramentas do Design de Serviço</u>	16
	Jornada do Usuário	18
	Blueprint de Serviço	20
<b>7</b>	<u>Referências Bibliográficas</u>	22

# 1

## A Evolução do Design

# A Evolução do Design

O design passou por uma grande evolução desde seus primórdios, quando era limitado apenas a elementos estéticos. Com o tempo, começou a ter uma abordagem mais funcional, levando em conta fatores como a usabilidade, por exemplo. Mais recentemente, Donald Norman (NORMAN, 2007) descreveu o papel do design emocional, cujos conceitos são amplamente aplicados no campo da experiência do usuário. E há, ainda, o design aplicado na esfera estratégica em grandes organizações, que enxergaram o design como um meio para atingir metas de negócios.

Richard Buchanan (BUCHANAN, 1992), professor de Design na Carnegie Mellon University, propôs quatro ordens do design que são úteis para entender as diferentes maneiras pelas quais o design pode ser aplicado e como ele evoluiu ao longo do tempo.

A evolução do design pode ser vista como uma progressão das primeiras ordens para as últimas. À medida que a tecnologia e a sociedade evoluem, o design também evolui para atender às novas necessidades e desafios. Mas essas quatro ordens não são mutuamente exclusivas, e muitos projetos de design incorporam elementos de várias ordens.

Cabe ressaltar, porém, que essa classificação é utilizada com base no comportamento que prevaleceu ao longo do tempo e nos serve bem ao propósito deste capítulo à título de uma orientação primária sobre o assunto. Mas não podemos deixar de lembrar que o Design tem por essência a sua integração aos negócios e sistemas de produção, que o levavam além da estética do design gráfico, quando foi pensado por Gropius e os demais líderes da Bauhaus no início do século XX (PINHEIRO, 2014).



## Primeira ordem

Diz respeito ao design gráfico, que se concentra na comunicação por meio de representações visuais

## Segunda ordem

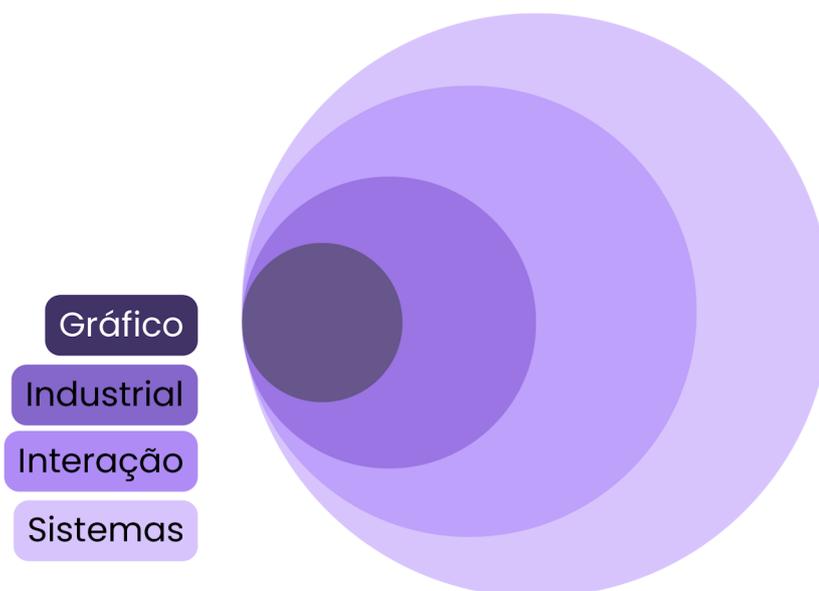
O design passa a ser responsável por projetar produtos do dia-a-dia, com foco na produção industrial em grande escala.

## Terceira ordem

O aumento do oferecimento de serviços exige manutenção na forma de organizar os fluxos de trabalho. Então, o designer passa a desenhar fluxos que combinem recursos físicos, logística e recursos humanos com foco na eficiência operacional. E pode-se dizer que a performance do designer gerou tantos frutos nessa área que sua atuação se expandiu para incluir esse profissional em tomadas de decisões e planejamentos estratégicos. E em pouco tempo o modelo de se pensar como o designer (ou design thinking) passou a ser explorado amplamente para que contribuísse em diversas áreas, propondo experiências de forma mais inteligente e significativas para os usuários.

## Quarta ordem

É o design de sistemas complexos ou ecossistemas. Nessa área o design explora possibilidades de criar formas de integrar os seres humanos ao ambiente, levando em consideração características ecológicas, culturais etc.



**Imagem 1:** Diagrama representando as quatro camadas do Design de acordo com Richard Buchanan, adaptado do curso "Design Essentials" da Echos Design.

# Quando Surge o Design de Serviço?

A evolução do design de serviço está intrinsecamente ligada à evolução do próprio conceito de serviço. Desde o século XVIII houve um esforço em distinguir produtos (tangíveis) de serviços (intangíveis), mas somente na década de 80 do último século que os serviços de fato tomaram um espaço significativo na nossa sociedade. A evolução da tecnologia impulsionou o mercado de serviços, que continua em uma crescente até os dias atuais.

O Design de Serviço passa a existir de forma mais contundente na terceira ordem do design, quando se dá o aumento na oferta de serviços, ainda que não fosse conhecido por esse título. E eu observo que o designer de serviço tem ainda muito também a contribuir nos problemas de quarta ordem, ou seja, nas questões de alta complexidade do mundo pós globalização.

Como pode ser observado no diagrama a seguir, o setor de serviços vem se tornando mais expressivo à partir da década de 60, quando se deu a revolução da microeletrônica e a globalização que a acompanhou. E com a informatização, segundo Branzi (BRANZI, 2006, p. 30 apud MORAES, 2010, p. 6), tornou-se necessário que o mercado se adaptasse ao cenário fluido por meio da inovação, adentrando à 3a. ordem do Design de Interação. Com essa mesma movimentação percebe-se o destaque do Design de Serviço, à partir da década de 80, cujo crescimento se mantém até os dias atuais.

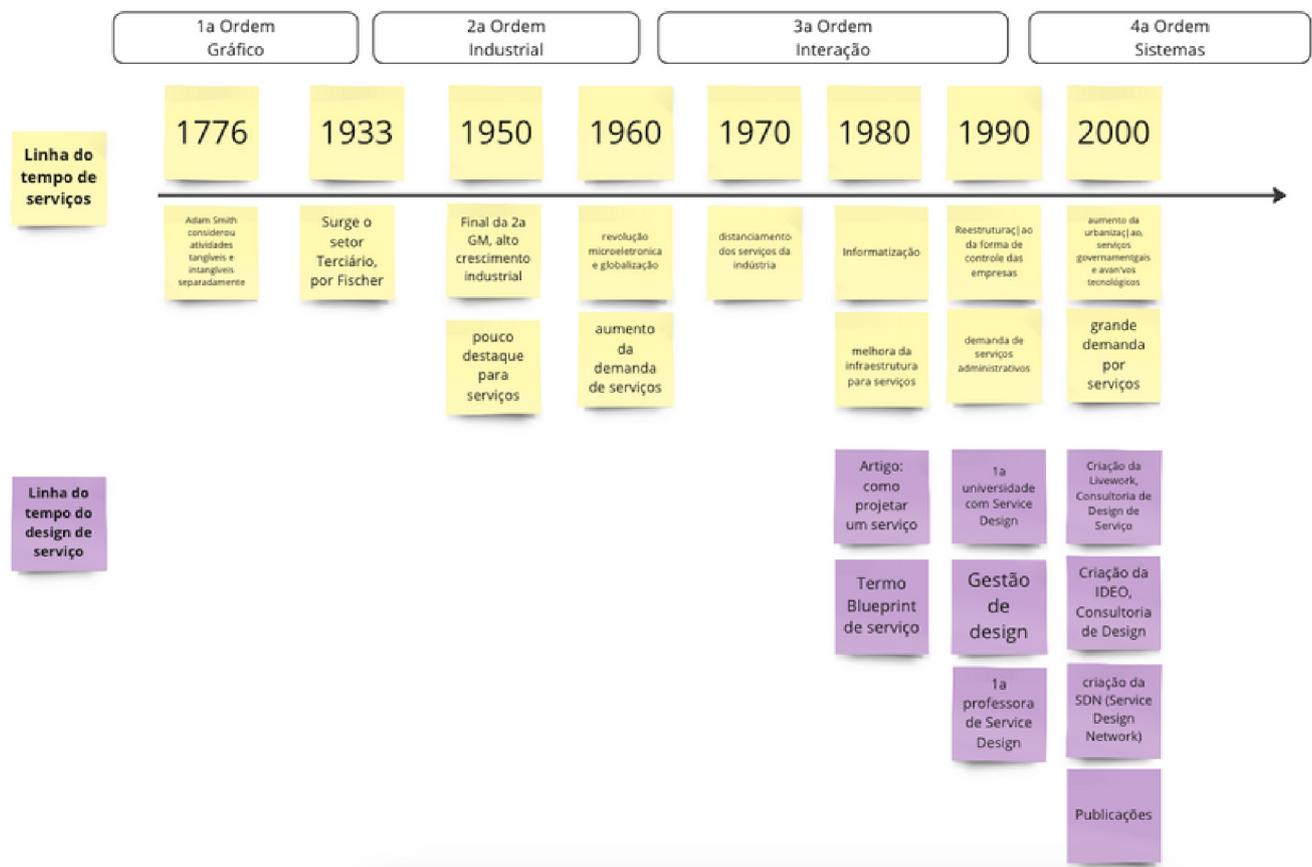


Imagem 2: Linha do tempo da evolução do design de serviço comparativamente à evolução dos serviços. Adaptado de TARTAS, D.; MERINO, E. A. D.; MERINO, G. S. A. D.; FORCELLINI, F. A., 2016.

# 2

**O Que é Serviço?**

# O Que é Serviço?

Todos nós sabemos o que é um serviço e se perguntados somos capazes de listar uma série de exemplos. Desde serviços que podemos ver com nossos olhos o resultado como o conserto da tela quebrada do celular e um serviço de limpeza da casa; um serviço que utilizamos e sentimos a experiência por um espaço de tempo como um serviço de embarque aéreo; um serviço que podemos contratar para ficar à nossa disposição quando necessário como algum aplicativo; ou ainda um serviço completamente imperceptível aos olhos mas que tem grande impacto na nossa vida como um serviço de provedor de internet.

Porém, mesmo diante de tantos exemplos, ainda é difícil chegar a uma definição de serviço. Cada autor costuma fazer a sua própria definição de serviço antes de começar a tratar o assunto.



Um serviço é qualquer ação ou atividade que uma parte pode oferecer a outra e que é essencialmente intangível e não resulta em algo a ser possuído. A sua produção pode ou não estar atrelada a um produto físico.

No marketing, Kotler e Keller (KOTLER; KELLER, 2014) relacionaram fortemente a definição de serviço à indústria e utiliza o conceito de tangibilidade para diferenciar um produto de um serviço, que primeiro havia sido utilizado por Adam Smith, em 1776.

(Tradução minha - Kotler, P. and Keller, K. (2008) Marketing Management. 13th Edition, Prentice Hall, New Jersey.

Vargo e Lusch (VARGO; LUSCH, 2004) tangibilizam a ideia de serviço um pouco mais ao descrevê-lo utilizando o conceito de um conjunto de ações e processos.



“Aplicação de conhecimento e habilidades especializadas através de ações, processos e atividades para o benefício de outra pessoa ou do próprio sujeito”

(tradução minha - Vargo and Lusch, 2004a, p. 2)

Em "Service Startup", Tenny Pinheiro (PINHEIRO, 2014) traz uma reflexão importante que, ao meu ver, caminha um passo além. Tenny resume extraordinariamente: "Serviços são relacionamentos".



Serviços são relacionamentos.

Tenny Pinheiro, Service Startup

Tenny discorre sobre como o “servir” faz parte da história da humanidade em diversos aspectos que vão além de transações mercadológicas, estando presente na vida das pessoas pelas culturas locais, por meio da religião e na própria natureza humana. Ele torna a definição do que é serviço muito mais próxima de nós, que somos cheios de desejos, emoções, sonhos. E, no fundo, é sobre isso que o design de serviço trata.

No Livro "Isto É Design Thinking de Serviços", Simon Clatworthy (STICKDORN; SCHNEIDER, 2011) traz a definição de serviço para o universo do design utilizando justamente os elementos que são observados pelo Designer de Serviço no seu dia-a-dia de trabalho: pontos de contato entre os usuários e o sistema que provê o serviço que juntos compõem a jornada do usuário.



Serviços são uma série de interações entre os usuários e o sistema do serviço, por meio de muitos pontos de contato diferentes ao longo da jornada do usuário.

Simon Clatworthy, Isto é Design Thinking de Serviços

# 3

**Design de Serviço e Sistemas Complexos**

# Design de Serviço e Sistemas Complexos

Até a década de 50 acreditava-se em um mundo de sistemas lineares, em que a produção industrial determinava o que as pessoas consumiam. Com a globalização e a revolução tecnológica que veio nas décadas a seguir, a cadeia produtiva passou a enfrentar um sistema não mais linear, mas fluido, dinâmico e mutante, conforme afirma Ézio Manzini (MANZINI, 2004 apud MORAES, 2010).



(...) para produzir valor: mais que a tradicional 'cadeia de valor' ocorre hoje falar de 'rede de valor' ou de 'constelação de valor' para utilizar uma expressão de Richard Noman

(MANZINI, 2004 apud MORAES, 2010, p. 11)

Em seu artigo *Wicked Problems in Design Thinking*, Richard Buchanan discorre sobre a natureza dos problemas que são endereçados aos designers (BUCHANAN, 1992). O design Thinking se baseia em um modelo linear de pensamento, em que se pode determinar o problema sobre o qual o designer irá se debruçar para propor soluções. No entanto, não se pode determinar quais tipos de problemas os designers são capazes de resolver. Sabe-se que um problema de cálculo é responsabilidade de matemáticos, por exemplo, ou uma questão de semântica diz respeito ao estudioso de língua portuguesa. Mas não se pode fazer o mesmo com o design.

Isso ocorre, de acordo com Buchanan, porque o design não tem um escopo de atuação delimitado ou uma única área do conhecimento que lhe pertença. O tema de atuação do design é potencialmente universal porque o modelo de design thinking pode ser aplicado a qualquer área da experiência humana. Dijon de Moraes ressalta, ainda, que o design tem uma “capacidade multidisciplinar e transversal” que o coloca como protagonista em disciplinas de projeto, principalmente pela sua capacidade de resposta rápida a problemas complexos (MORAES, 2010).

O design é essencialmente multidisciplinar e transversal, dialogando facilmente com diversas áreas do conhecimento. Por isso, afirma Dijon de Moraes que o Design “fornece respostas rápidas por meio de produtos, imagens e novas possibilidades de interação”, tornando-o protagonista no cenário atual (MORAES, 2010).

Atualmente, muitos designers estão trabalhando na terceira e quarta ordem, criando produtos e serviços que não apenas atendem às necessidades dos usuários, mas também têm um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. Mas não falamos mais apenas sobre produtos, também sobre experiências e como elas se conectam em sistemas complexos para entregar valor ao usuário.

# 4

## Lógica do Serviço-Dominante

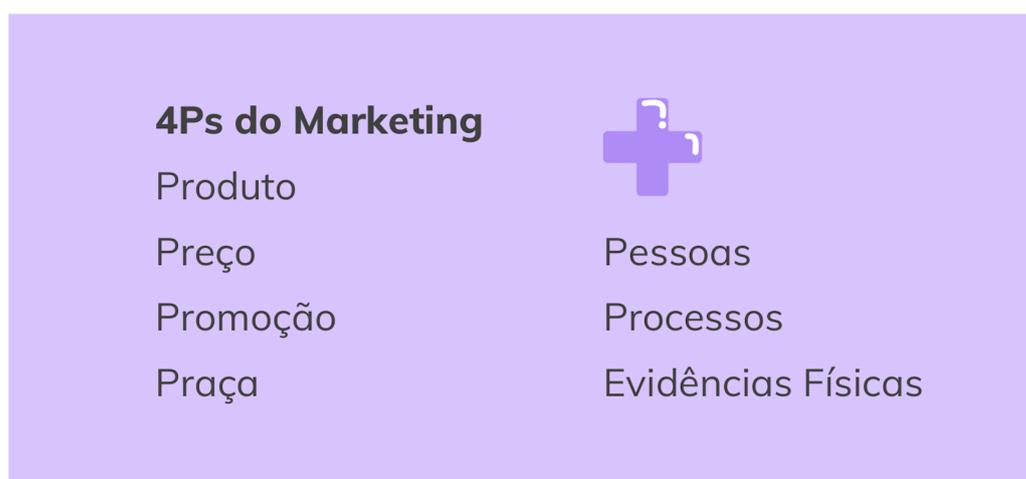
# Lógica do Serviço-Dominante

Você consegue pensar em algum exemplo de produto que **não tenha** um serviço por trás?

Para responder a essa pergunta você pode ter pensado em diversos produtos, sejam eles físicos ou digitais. Mas eu tenho plena tranquilidade em afirmar que absolutamente todos eles tem um serviço por trás da sua fabricação. E por quê? Porque todo produto precisa ser pensado, planejado, testado, construído, fabricado, vendido, transportado, dentre tantas outras etapas pelas quais pode passar até chegar a você. E com certeza essas etapas são executadas por pessoas (ou máquinas comandadas por pessoas). Ou seja, há uma série de ações necessárias desde a concepção até a entrega do produto ao usuário.

E é com base nesse raciocínio que a Lógica do Serviço-Dominante (VARGO; LUSCH, 2004) se debruça. Em 2004, os professores de marketing Vargo e Lusch propuseram uma lógica dominada pelo serviço. Nesse artigo os professores fazem uma excelente análise sobre a evolução da entrega de valor ao consumidor do ponto de vista do marketing, afirmando que passamos do consumo de bens duráveis, no início dos anos 1900, ao consumo de serviços, no século XXI. Enquanto consumidores, passamos a valorizar mais os relacionamentos (e experiências) e, com isso, os processos necessários para a entrega de valor tiveram que ser repensados (e ainda são continuamente).

Com isso, Vargo e Lusch nos mostram como os serviços estão por trás de tudo que é produzido, seja o seu fim um serviço ou um produto. E esse novo jeito de enxergar os serviços, fez o marketing incorporar 3 aspectos relativos aos serviços aos 4 P's do Marketing:



Essa lógica coloca o Design de Serviço em um papel central para a orquestração da entrega de valor nos tempos contemporâneos.

# 5

**Experiência do Usuário**

# Experiência do Usuário

O termo “Experiência do Usuário” foi utilizado pela primeira vez por Donald Norman no seu livro O Design do Dia a Dia, publicado em 1988.

O Design da Experiência do Usuário é um processo que os designers utilizam para promover experiências significativas aos usuários de um produto ou serviço, seja ele físico ou digital. Esse processo consiste em uma série de técnicas que envolvem vários profissionais de diferentes disciplinas direcionados às necessidades dos usuários.

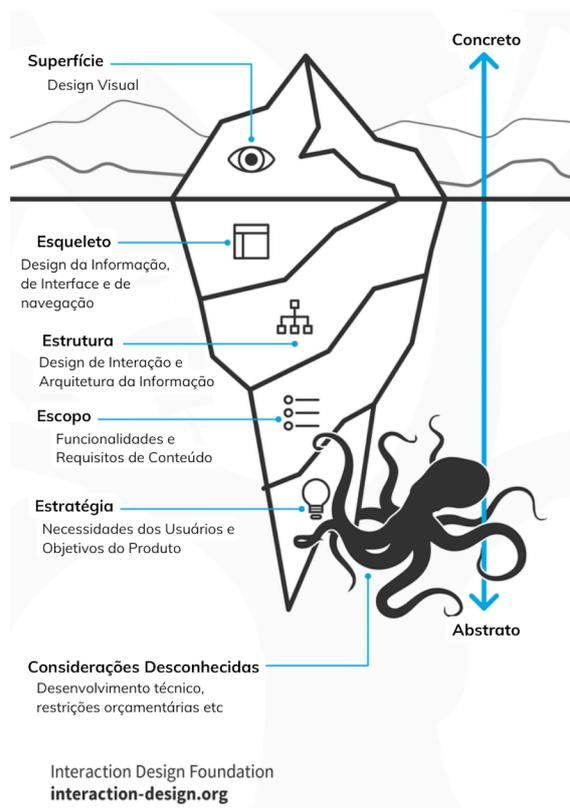


A maior parte do design visa a ser usada por pessoas, de modo que as necessidades e exigências delas deveriam constituir força que impulsiona grande parte do trabalho ao longo do processo.

(NORMAN, 2013 p. 15)

Garret (GARRETT, 2010) descreveu em seu livro The Elements of User Experience as cinco camadas que compõem a experiência do usuário: a superfície, o esqueleto, a estrutura, o escopo e a estratégia.

Tudo que está na superfície é o que o usuário pode ver e com o que interage diretamente. As demais camadas são invisíveis aos olhos dos usuários, mas cada uma exerce seu papel, desde os conceitos mais abstratos, como as necessidades e dores dos usuários (que são os motivadores do projeto), até a solução, que vai se concretizando por meio de um produto ou serviço até “chegar à superfície” para o seu usuário.



**Imagem 3:** Imagem adaptada traduzida do original representando os elementos que compõem a experiência do usuário, de acordo com Garret. Fonte: Interaction Design Foundation. <<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-relationship-between-visual-design-and-user-experience-design>>

## Profissionais da Experiência do Usuário



Design apropriado e centrado no humano exige que todas as considerações sejam abordadas desde o princípio, com cada uma das disciplinas relevantes de design trabalhando juntas como uma equipe.

O Design do Dia a Dia (NORMAN, 2013)

No mercado de trabalho, podemos considerar que a Experiência de Usuário é pensada, desenhada e testada por diferentes profissionais, os quais se complementam durante o processo de design, como Don Norman (NORMAN, 2013) já preconizou. Aqui eu trago apenas 3 deles, que na minha experiência são os papéis mais presentes nas organizações que tem equipes focadas na experiência do usuário. No entanto, esses mesmos papéis podem aparecer com nomenclaturas diferentes e ainda terem outros papéis além desses. Além disso, aqui eu trago um breve resumo sobre o que é esperado de cada papel, de forma geral, mas não se limita a ele e também pode haver variações.

**NOTA** UX: *User Experience* (ou Experiência do Usuário, em inglês)

### UX Designer

Como o próprio nome diz, a pessoa UX Designer é responsável por garantir que o produto ou serviço seja desenhado colocando as **necessidades do usuário no centro**. Na prática, é a pessoa responsável por compreender quais as principais dores e necessidades do usuário e propor **fluxos de usabilidade e elementos de interação** que proporcionem uma boa experiência ao usuário.

### UX Researcher

Quando construímos um produto ou serviço, nós o fazemos porque queremos resolver um problema do nosso usuário. E como sabemos qual problema precisamos resolver? E depois, ao construir uma primeira versão da solução, como sabemos se estamos atingindo nossos objetivos de resolver esse problema? São essencialmente nesses momentos em que o UX Researcher (ou Pesquisador, em inglês) é convidado a atuar no projeto.

Essa pessoa é pesquisadora (não necessariamente designer) responsável por estudar e aplicar técnicas de pesquisa para **“medir” a experiência do usuário de um produto ou serviço**, definindo quais as técnicas mais apropriadas para cada contexto, a fim de validar (ou refutar) as hipóteses do estudo.

### UX Writer

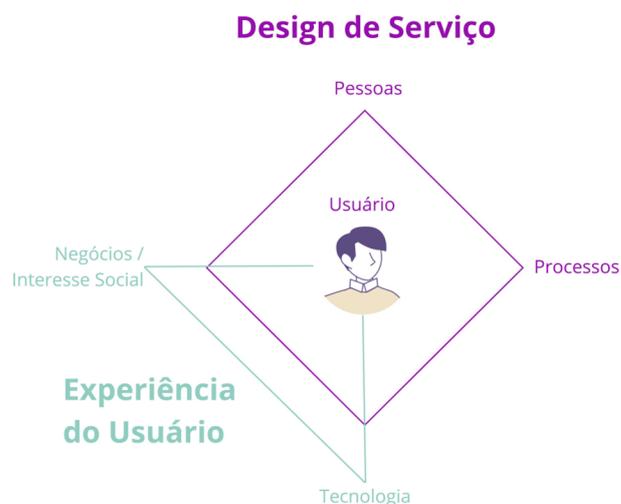
De acordo com Tharon W. Howard (THAM; HOWARD; VERHULSDONCK, 2023), UX Writer é a pessoa responsável pela **experiência gerada pelo conteúdo** de um produto ou serviço com o qual o usuário interage. E apesar do nome sugerir a escrita ('writing') como foco principal, **esse conteúdo pode incluir, além de textos escritos, imagens, gráficos de dados, elementos gráficos, vídeos, animações, sons e as combinações entre si**.

Fazer UX Writing é um processo não apenas de escrita, mas de pesquisa, de processo de design, de estratégia e é executado usando várias ferramentas e de forma muito próxima aos demais profissionais da experiência do usuário, sempre com um único foco: o de criar uma experiência agradável ao usuário.

## E o que o Designer de Serviço Faz?

O Design de Serviço é uma abordagem **multidisciplinar** que se concentra na melhoria e inovação de serviços. Ele incorpora princípios do design thinking com olhar holístico do **design de experiência do usuário**, **design de interação (tecnologia)**, **requisitos de negócio (ou de interesse social)**, **processos internos e a sua relação com as pessoas** que os executam para criar soluções mais eficientes, eficazes e **centradas no usuário**. O objetivo principal do Design de Serviço é **melhorar a qualidade e a interação entre o prestador de serviços e o cliente**, garantindo uma experiência mais eficiente e, quem sabe, mais agradável.

Seguindo a linha da **Lógica do Serviço-Dominante**, de Vargo e Lusch, Tim Brown (BROWN, 2010) também afirma de maneira análogo que "(...)todo produto já é um serviço.". Pensando que o avanço crescente da tecnologia coloca à disposição da população uma quantidade massiva de produtos anualmente, também estamos falando em aumento do número de serviços que **precisam ser orquestrados** para integrar a complexa rede desse ecossistema.



**Imagem 4:** Diagrama que representa as áreas incorporadas pelo Design de Serviço, demonstrando sua característica holística. Fonte: da autora.

# 6

**Ferramentas do Design de Serviço**

# Ferramentas do Design de Serviço

Não existe apenas um processo correto. Podem existir vários caminhos para uma mesma solução e várias soluções para um mesmo problema. E aqui eu apresento algumas das abordagens mais utilizadas por designers e não-designers no ambiente corporativo atualmente no processo de design. Da mesma forma, o design de serviço utiliza os conceitos de design como base para seus projetos.

Inicialmente este capítulo se chamava "Caixa de Ferramentas" mas resolvi mudar porque existem muitos autores que já fizeram belíssimos trabalhos em reunir ferramentas de design de forma que eu não faria melhor. Então, quando se deparar com um duplo-diamante, saiba que existem diversas ferramentas que você poderá usar em cada etapa. E é sobre essa pluralidade de métodos que eu acho importante ressaltar.

É comum quando estamos iniciando o aprendizado de algo buscarmos uma receita, um manual de como desempenhar determinada atividade. E está tudo bem! No entanto, acostume-se a usar as ferramentas a seu favor. E isso significa que não deve interpretá-las como receitas, passo-a-passo. Use-as como inspiração, acima de tudo.

Se estamos lidando com um mundo cada vez mais complexo, então dificilmente exatamente a mesma ferramenta servirá em todos os seus detalhes para todos os problemas que você vai resolver. E a habilidade de identificar essas necessidades de adaptações é uma das características que faz um bom designer.

Não se apegue a 'frameworks', metodologias e ferramentas. Compreenda a lógica empregada em cada uma e será capaz de até mesmo misturar duas ferramentas para criar uma terceira que atenda ao cenário em que você está trabalhando.

Há, entretanto, duas ferramentas muito conectadas ao trabalho do designer de serviço: a Jornada do Usuário e a Blueprint de Serviço.

## Jornada do Usuário

A jornada do usuário é o processo que descreve a experiência do usuário ao interagir com um produto, serviço ou sistema. Ela foi criada em 1985 por Ron Zemke e Chip Bell, citada no livro *Service wisdom: Creating and maintaining the customer service edge* (ZEMKE; BELL, 1989).

A jornada do usuário envolve todas as etapas, desde o primeiro contato até a conclusão de uma tarefa ou objetivo. Geralmente, ela inclui várias fases, como conscientização, consideração, uso e pós-uso, e pode ser mapeada para identificar pontos de dor, oportunidades de melhoria e momentos de satisfação do usuário.

A Jornada do Usuário torna tangível o que é intangível. Ela é uma representação de ações e sentimentos que geralmente ficam invisíveis aos nossos olhos. E ela é importante porque ajuda a organização a tomar decisões com base na experiência do cliente.

A jornada do usuário é geralmente feita por meio da realização de pesquisas, entrevistas e análise de dados. Inicialmente, é importante compreender as necessidades, motivações e expectativas dos usuários. Em seguida, são identificadas as diferentes etapas da jornada, desde o primeiro contato até a conclusão do objetivo desejado. Durante cada fase, são coletados dados sobre as interações do usuário, suas emoções e percepções. Essas informações são então utilizadas para mapear a jornada, identificar pontos de dor e oportunidades de melhoria, e proporcionar uma experiência agradável para o usuário.

Eu diria que o mais importante na Jornada do Usuário são os pontos de contato e as ações do cliente em cada um deles. Pense que quando o usuário da solução for o cliente final, é importante entender como se dá a relação entre os canais de contato da organização com o cliente. Isso faz parte da experiência do cliente.

Como eu já disse anteriormente, não há receita de bolo. Mas existem alguns elementos que geralmente compõem uma Jornada do usuário:

- macro etapas
- micro etapas
- tempo
- ação do cliente
- emoção do cliente
- evidências (registros de imagem do momento mapeado)
- dores
- oportunidades

A seguir, veja um exemplo de Jornada em que o usuário é uma pessoa recém-contratada que está passando pelo 'onboarding' do setor de Recursos Humanos.



## Blueprint de Serviço

Uma Blueprint de Serviço, ou simplesmente "Blueprint", é uma ferramenta visual que representa a estrutura e a sequência de interações em um serviço. Essa representação gráfica é usada no design de serviços para entender e comunicar como um serviço é entregue aos clientes, como ele é executado internamente.

Essa ferramenta ganhou visibilidade no artigo "Designing Services That Deliver", publicado na Harvard Business Review pela executiva G. Lynn Shostack, em 1984 (LYNN SHOSTACK, 1984).

A Blueprint é especialmente útil para analisar e melhorar a prestação de serviços, identificando oportunidades de inovação, pontos de dor e áreas de eficiência (ou ineficiência) e, assim como a Jornada do Usuário, a Blueprint pode ser composta por vários elementos, dependendo do que é necessário que seja documentado, você pode utilizar a ferramenta a seu favor e adaptá-la.

- **Frontstage**
  - Representa os pontos de interação direta entre os clientes e o serviço. Isso pode incluir interações pessoais, como atendimento ao cliente, ou interações digitais, como o uso de um aplicativo.
- **Backstage**
  - Mostra os processos, sistemas e atividades internas que ocorrem nos bastidores para possibilitar a entrega do serviço. Essa área destaca o que acontece por trás das interações diretas com os clientes.
- **Evidências Físicas e Digitais**
  - Inclui todos os elementos tangíveis e intangíveis que os clientes encontram ao interagir com o serviço. Isso pode ser desde materiais impressos até interfaces digitais.
- **Linhas de Interação do Cliente**
  - Mostra o fluxo de interações do cliente, indicando como os clientes se envolvem e interagem com o serviço ao longo do tempo.
- **Pontos de Contato**
  - Identifica os pontos específicos em que os clientes têm contato com o serviço. Esses pontos podem ser físicos (lojas, escritórios) ou digitais (websites, aplicativos).
- **Canais de Comunicação**
  - Indica os canais pelos quais a comunicação entre a empresa e o cliente ocorre. Isso pode incluir telefone, e-mail, chat online, entre outros.

Um ponto muito importante que com alguma frequência é esquecido, é que a primeira camada da Blueprint é composta pela Jornada do Usuário. Isso mesmo! À partir da Jornada do Usuário, você vai descendo para as demais camadas do serviço até os processos internos que não são mais vistos pelo cliente (Backstage). Dessa forma, você sempre terá uma Blueprint com foco na experiência do usuário, de fato.

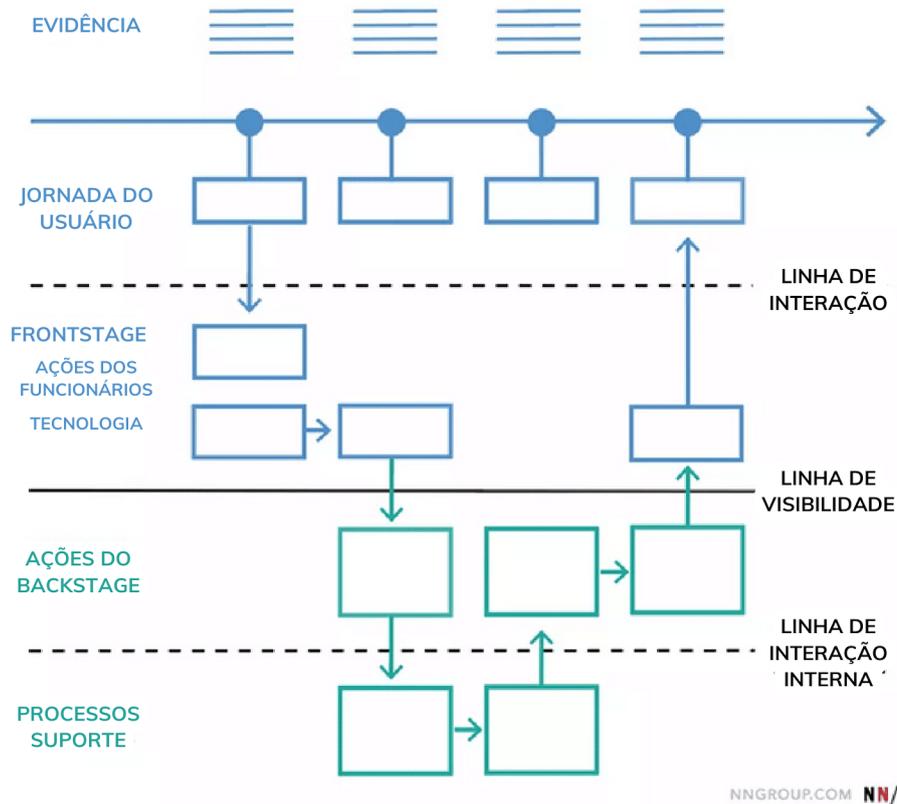


Imagem 6: Modelo de Blueprint de Serviço traduzida do Nielsen & Norman Group

A criação de uma Blueprint de Serviço é uma atividade colaborativa que envolve diversas partes interessadas, incluindo membros da equipe que prestam o serviço, designers, gerentes e, muitas vezes, os próprios clientes. Ao visualizar todo o processo de serviço, desde o início até o fim, as organizações podem identificar oportunidades para melhorar a experiência do cliente, otimizar processos e alinhar melhor os serviços às necessidades dos usuários. Essa ferramenta é valiosa para o design centrado no usuário e para a gestão estratégica de serviços.

Uma Blueprint de Serviço pode ser simples ou complexa, grande ou pequena, desde que atenda aos seus objetivos. Use a criatividade!

# 7

## Referências Bibliográficas

# Referências Bibliográficas

BROWN T. Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. [s.l.] Lian Jing/Tsai Fong Books, 2010.

BUCHANAN, R. Wicked Problems in Design Thinking. Design issues, v. 8, n. 2, p. 5, 1992.

DEVITT, F.; ROBBINS, P. Design, Thinking and Science. Em: Design Science: Perspectives from Europe. Cham: Springer International Publishing, 2013. p. 38–48.

GARRETT, J. J. The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond. [s.l.] New Riders Publishing, 2010.

GOLSBY-SMITH, T. Fourth order design: A practical perspective. Design issues, v. 12, n. 1, p. 5, 1996.

KASTURIKA. The relationship between visual design and user experience design. The Interaction Design Foundation Interaction Design Foundation, , 9 set. 2020. Disponível em: <<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-relationship-between-visual-design-and-user-experience-design>>. Acesso em: 17 out. 2023

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Marketing Management. 15. ed. Upper Saddle River, NJ, USA: Pearson, 2014.

LYNN SHOSTACK, G. Designing services that deliver. Harvard business review, 1 jan. 1984.

MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

NORMAN, D. Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. Londres, England: Basic Books, 2007.

NORMAN, D. A. The design of everyday things. Londres, England: MIT Press, 2013.

PINHEIRO, T. The service Startup: Design thinking gets lean. 3. ed. [s.l.] Eise, 2014.

RAMOS, M. et al. Design de serviços e experiência do usuário (UX): uma análise do relacionamento das áreas. DAPesquisa, v. 11, n. 16, p. 105–123, 2016.

STICKDORN, M. et al. This is service design doing: Applying service design thinking in the real world. [s.l.] O'Reilly Media, 2018.

STICKDORN, M.; SCHNEIDER, J. This is service design thinking: Basics, tools, cases. Nashville, TN, USA: John Wiley & Sons, 2011.

TARTAS, D. et al. Uma análise bibliográfica e histórica entre serviços e design de serviços. DAPesquisa, v. 11, n. 17, p. 033–046, 2016.

THAM, J. C. K.; HOWARD, T.; VERHULSDONCK, G. UX writing: Designing user-centered content. Londres, England: Routledge, 2023.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of marketing, v. 68, n. 1, p. 1–17, 2004.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 44, n. 1, p. 5–23, 2016.

ZEMKE, R.; BELL, C. R. Service wisdom: Creating and maintaining the customer service edge. [s.l.] Lakewood Publications, 1989.

History of the double Diamond. Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/>>. Acesso em: 15 out. 2023.

# Autorizações de Imagem

# Oficina: Que serviço é esse?

INSCRIÇÕES até 13/03

Teoria: 14, 15 e 16 de março, 19 às 21 horas, via Google Meet.

Prática: 20 a 24 de março

Olá!! Já ouviu falar em Design de Serviço? Nessa oficina, vamos falar sobre o que é esse segmento do Design, quais as suas aplicações e ferramentas mais utilizadas na academia e no mercado, com momentos de trocas de conhecimento e debates. Por fim, você vai poder aplicar esses conhecimentos em um mini projeto que poderá compor seu portfólio e ainda receber um certificado. Bora?

Essa oficina será ONLINE (pelo Google Meet) e antes de se inscrever eu te convido a ler com atenção as informações abaixo.

## CRONOGRAMA

A oficina está organizada em 2 semanas:

**Semana 1** (14, 15 e 16/03, ): Conteúdo teórico sobre ferramentas, metodologias, conceitos, aplicação na academia e no mercado etc.

**Semana 2** (20 a 24/03): Mãos na Massa: Projeto de Design de Serviço  
*Semana de trabalho em grupo com agendas comigo apenas para aconselhamento técnico. Não será necessário conectar todos os dias.*

Será proposto que a turma se divida em equipes para cada uma trabalhar em um projeto de design de serviço. Mas, calma!! Não será nenhum demogorgon! Será um projeto leve e gostoso, que estimulará troca de conhecimento, discussões e eu estarei lá (online) para ajudá-los da melhor forma possível em todas as etapas para desenvolver um projeto do qual vocês se orgulhem. Ao final, vocês terão um case super legal para colocar no portfólio.

-> OBS 1: Os horários da Semana 2 serão definidos na primeira semana com a turma para contemplar a disponibilidade de todos.

## Requisitos para receber o certificado de conclusão:

- 1) Ter presença em todos os dias da Semana 1
- 2) Entregar o projeto na Semana 2

[gabrielabraz.design@gmail.com](mailto:gabrielabraz.design@gmail.com) [Mudar de conta](#)



Não compartilhado

\* Indica uma pergunta obrigatória



Eu sei que a gente ainda nem se conhece, mas precisamos fazer alguns combinados agora para depois todos continuarem felizes. \o/ \*

Esta atividade está sendo proposta como parte essencial do meu TCC, cujo produto final será um guia de Design de Serviço para iniciantes no tema. Então, além da participação de todos na Semana 2 ser muito importante para gerar um material rico e relevante a quem for consumi-lo no futuro, é necessário o cumprimento de alguns requisitos para a sua contribuição neste projeto.

Vamos lá?

- Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03).
- Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes.
- Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão.
- Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho.
- Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão.
- Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina.
- Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo.
- Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.

Próxima

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)



Google Formulários



Carimbo de data/hora	<p>Eu sei que a gente ainda nem se conhece, mas precisamos fazer alguns combinados agora para depois todos continuarem felizes. \o/</p> <p>Esta atividade está sendo proposta como parte essencial do meu TCC, cujo produto final será um guia de Design de Serviço para iniciantes no tema. Então, além da participação de todos na Semana 2 ser muito importante para gerar um material rico e relevante a quem for consumi-lo no futuro, é necessário o cumprimento de alguns requisitos para a sua contribuição neste projeto.</p> <p>Vamos lá?</p>	Nome Completo
10/03/2023 23:45:11	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	Vitória Maria de Menezes Rêgo

<p>11/03/2023 08:59:24</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Beatriz Marques dos Santos</p>
<p>11/03/2023 09:01:53</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Giovana Ferreira Amorim</p>

<p>11/03/2023 09:14:14</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Isabelle Benecase Braga</p>
<p>11/03/2023 11:17:09</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Fernanda Passos</p>

<p>11/03/2023 14:55:41</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Ana Carolina Rodrigues Estrada</p>
<p>11/03/2023 15:51:56</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Gabriel Oliveira Venâncio</p>

<p>11/03/2023 18:20:56</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Stefany Alves Dantas</p>
<p>12/03/2023 04:31:42</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Henrique Gil Arnoni</p>

<p>12/03/2023 08:21:52</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Amauri Pereira do Carmo Junior</p>
<p>12/03/2023 13:44:17</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Sofia Peres Rodrigues Caldas</p>

<p>12/03/2023 22:27:05</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Ana Carolina Brito França</p>
<p>13/03/2023 09:26:27</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Rafaela Ribeiro da Silva</p>

<p>13/03/2023 09:27:35</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Pamela Vanessa Xavier</p>
<p>13/03/2023 14:49:42</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Lorena Cristina Sombreira da Silva</p>

<p>13/03/2023 15:08:50</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Jehnnyson José Barros Costa</p>
<p>13/03/2023 17:24:22</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Thamiris santos furtado</p>

<p>13/03/2023 19:03:03</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>Ana Caroline Melo Lopes</p>
<p>13/03/2023 21:20:23</p>	<p>Eu AFIRMO que terei disponibilidade para participar das duas semanas de oficina. Semana 1 (13 a 17/03) e Semana 2 (20 a 24/03)., Eu CONCORDO em manter a minha câmera aberta na maior parte do tempo, sempre que possível, como forma de evitar que o ambiente remoto seja uma barreira para a interação entre os participantes., Eu CONCORDO que as interações remotas sejam gravadas a fim de gerarem insumos para o conteúdo do TCC em questão., Eu AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no TCC, no produto final proveniente dele e em todo material fruto deste trabalho., Eu AUTORIZO a divulgação do projeto por mim desenvolvido durante esta oficina, com autoria devidamente identificada, a fim de demonstrar, divulgar, promover e/ou acompanhar o TCC em questão., Eu AUTORIZO o envio de mensagens para o meu whatsapp exclusivamente para fins de comunicação em relação a esta oficina., Eu ESTOU CIENTE de que esta oficina será disponibilizada em ambiente remoto e tenho recursos próprios para acessá-lo., Eu ESTOU CIENTE de que o preenchimento deste formulário não garante a minha participação nesta oficina.</p>	<p>joao vitor Miranda</p>