



JORNAL DA REDE

GESTÃO DE PROJETOS PÚBLICOS



<https://portal.fiocruz.br/rede-de-escritorios-de-projetos>

CONFIRA O QUE ESTÁ DENTRO DA EDIÇÃO:

Práticas Inovadoras na Gestão Pública - Design Thinking

Páginas 1 e 5

SUGESTÃO DE EVENTOS EXTERNOS

Páginas 6

ANIVERSARIANTES MÊS DE JUNHO/23

6/06 Lorena Bertholdo da Silva do IOC

12/06 Rayssa Francisco do INCQS

16/06 Erika Batista da Rosa do EPP e Paula Regina Kimie Suda da Gereb

22/06 Nezi Heverton Campos de Oliveira do COC

24/06 Roberta Pinheiro Gonçalves do ILMD

PRÁTICAS INOVADORAS NA GESTÃO PÚBLICA

Por: Ana Carneiro e Aline Macena

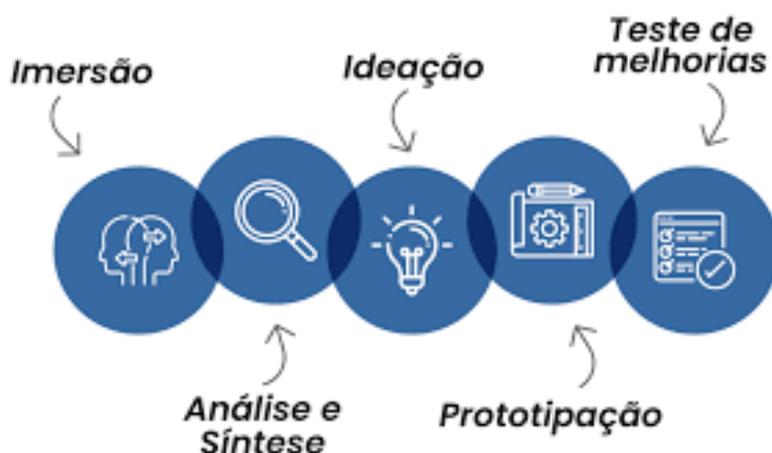
A introdução da inovação na gestão pública pressupõe alguma mudança, ou melhoria intencional, visando à geração de benefícios para toda a organização, para um grupo, um indivíduo ou para a sociedade (SOARES, 2009).

Segundo WALKER (2006), a inovação é **"um processo por meio do qual novas ideias, objetivos e práticas são criados desenvolvidos ou reinventados e que são novos e inéditos para a unidade"**.

O conceito utilizado de inovação pela OCDE (2005), no manual de OSLO, é **"a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas"**

O uso de práticas inovadoras e a sua disseminação no setor público visam contribuir para que tenhamos governos cada vez mais efetivos e capazes de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos.

Nesta edição do jornal iremos falar sobre a abordagem: **Design Thinking**





Design Thinking

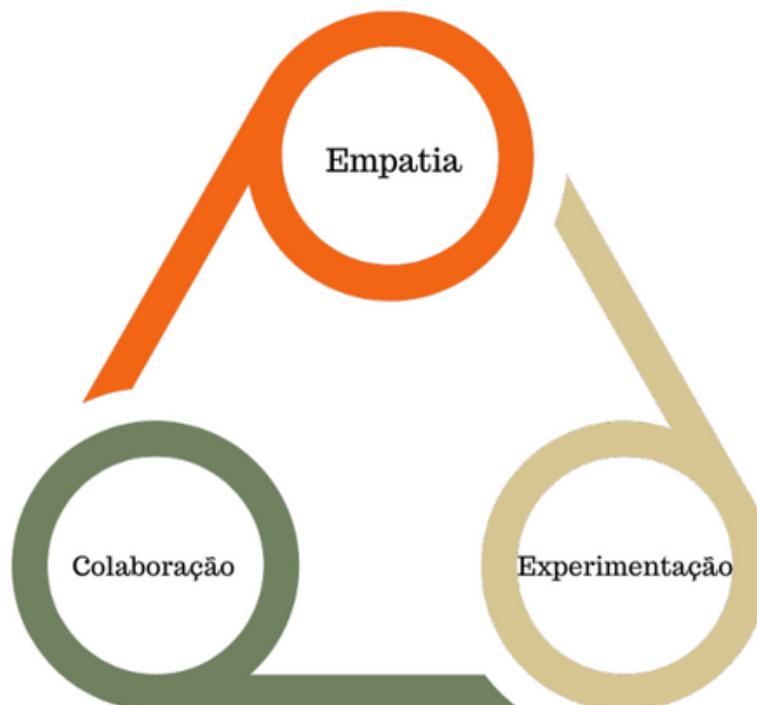
O que é?

Design Thinking é uma abordagem que, auxilia na resolução de problemas com novas ferramentas ativas e dinâmicas. Estas servem para encontrar soluções e dar respostas inovadoras. Para isso, as pessoas são sempre colocadas no centro das decisões e envolvidas em todo o processo. (Brown, Tim 2009 - adaptado)

A abordagem foi desenvolvida por David Kelley, professor da Universidade de Stanford, e, Tim Brown, ambos da consultoria de Inovação IDEO, que lançaram, em 2009, o livro “Design Thinking, uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.”

No entanto, destaca-se que as técnicas e ferramentas de Design são bem mais antigas, datando de 1919, visto que, estudantes da Bauhaus (Escola de artes fundada pelo arquiteto Walter Gropius), já utilizavam os elementos do Design em suas atividades.

Pilares do Design Thinking



EMPATIA

É o **principal pilar** do **Design Thinking**.

Consiste na **capacidade de entendimento sobre o sentimento ou a reação de outra pessoa**.

Refere-se a não apenas **se colocar no lugar do outro**, mas a **entender, de fato, as suas experiências, suas histórias e seu contexto social**.



COLABORAÇÃO

É o atuação **em parceria** para a obtenção de **um resultado**.

Construção de um trabalho coletivo (a **co-criação pela soma de experiências**).

Na abordagem de Design Thinking, uma solução é fruto de um trabalho desenvolvido em conjunto. Assim, a soma de diferentes perspectivas converge para uma **solução comum, única e de todos (inteligência coletiva)**.



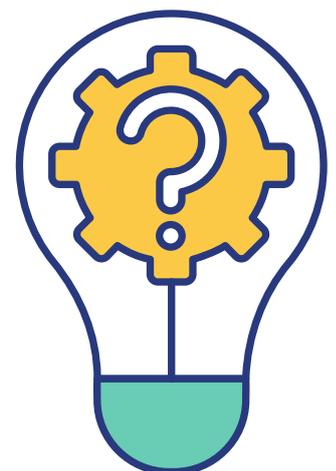
EXPERIMENTAÇÃO

É a aprendizagem na prática.

Baseia-se no **processo de observação e análise de determinada hipótese** em um contexto e determinadas circunstâncias.

O processo da experimentação é que **possibilita a descoberta de novas formas de solução**.

A experimentação evita que grandes erros sejam cometidos, pois é feita em pequena



ETAPAS DO DESIGN THINKING



1) Empatia

O Design Thinking começa com um exercício de empatia para identificar o problema. A ideia é que diferentes pessoas, com diversas posições e perspectivas, convergem para o mesmo problema.

Nesta etapa, recolhe-se o máximo de dados e informações que poderão ajudar na futura solução, sempre mantendo o foco no ser humano.

A empatia é o elemento-chave para buscar o entendimento das necessidades e do que motiva essas pessoas, permitindo identificar emoções, pontos de vista, reações e ações por diversos ângulos, sem julgamentos.

2) Definição

A partir das informações levantadas e dos diferentes olhares, chegou o momento de interpretar e compreender o problema.

Nesta fase, busca-se descobrir a origem da questão. Essa interpretação será influenciada pela visão de cada um do grupo, o que vai gerar variedade de pontos de vista e múltiplas possibilidades de solução.

3) Ideação

Agora que vocês já encontraram o problema e descreveram seus principais fatores, é a hora de gerar ideias inovadoras para solucionar essa questão.

Nesta etapa, podem e devem emergir ideias malucas, porque o objetivo é que se abuse da criatividade, porque, assim, será mais fácil encontrar soluções eficientes.

Quanto mais ideias forem expostas, melhor. Porque melhor tende a ser o plano de ação.

4) Prototipação ou experimentação

Na penúltima fase, começa o momento da experimentação. É hora de construir a melhor versão possível das soluções desenhadas para testar.

O objetivo é tirar as ideias do papel e dar formas concretas a elas – que são os protótipos. São eles que vão possibilitar verificar na prática se o que foi pensado funciona.

Descobrir quais benefícios ou problemas irão surgir. É a hora da tentativa e erro. O que importa é tirar lições do que deu errado e tentar novamente.

5) Validação ou testagem

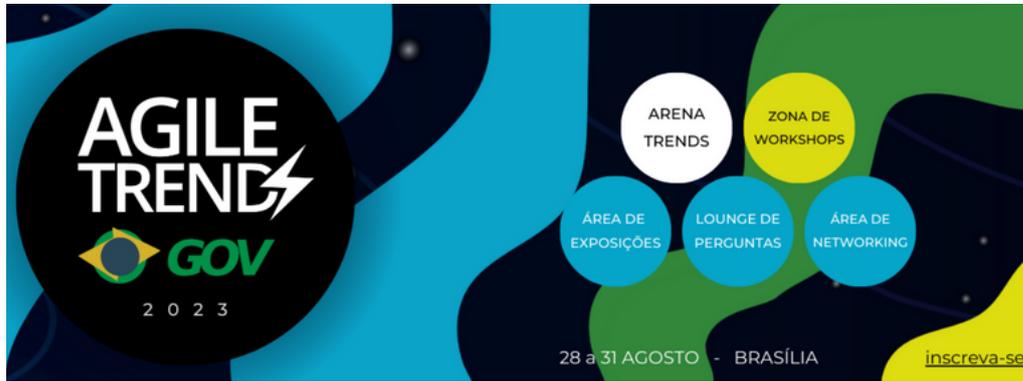
A última etapa do Design Thinking é a de validar tudo o que foi feito. É muito mais focada na pessoa e em sua experiência de uso do que na solução em si.

Para isso, é feito um acompanhamento do projeto ao longo do tempo, avaliando todos os resultados e feedbacks.

O objetivo é refazer e aprimorar o que for necessário, para planejar os próximos passos. Afinal, o processo de aprendizado é contínuo.



EVENTOS EXTERNOS



Acessar Site com informações [clique aqui](#)



Acessar Site com informações [clique aqui](#)



Acessar Site com informações [clique aqui](#)