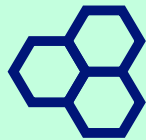


Design Toolkit

Models

Design thinking



Què és?

El *design thinking* és un procés de resolució creativa de problemes. Es tracta d'un procés orientat a la innovació que se centra en les persones i que utilitza eines de disseny per tal d'integrar les necessitats de les persones, les possibilitats de la tecnologia i els requisits de negoci.

Es basa en l'habilitat de combinar l'empatia, la creativitat i la racionalitat per a donar resposta a les necessitats dels usuaris i garantir l'èxit dels negocis. A diferència del pensament analític, el *design thinking* és un procés creatiu que consisteix en anar construint a partir d'idees diferents sense tenir en compte els prejudicis o la por d'equivocar-se.

Adoptar la manera de pensar dels dissenyadors (*design thinking*) pot transformar la manera en què les organitzacions desenvolupen els productes, serveis, processos i estratègies. Es tracta d'una aproximació que posa en comú el que és desitjable des del punt de vista de les persones, amb el que és tecnològicament factible i econòmicament viable.

Actualment la perspectiva i procés del *design thinking* s'utilitza en àmbits que van més enllà del propi del disseny i constitueix una manera de treballar en àmbits empresarials i de negoci per a processos d'innovació, definició de productes nous i identificació d'oportunitats de mercat.

Model

El *design thinking* proposa seguir unes etapes i treballar amb un conjunt de punts de vista o *mindsets* com per exemple: mostrar millor que explicar, centrar-se en les persones, abraçar l'experimentació, enfocar-se a l'acció, ser conscient del procés. Pel que fa a les etapes, no hi ha un model únic de procés encara que les etapes que proposa el Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford (d.school) són les més conegudes:

- **Empatitzar**

És l'element central de qualsevol procés de disseny centrat en les persones. Aquesta etapa es focalitza en entendre les persones a les quals dirigim el nostre disseny, les seves experiències, motivacions, necessitats i limitacions.

- **Definir**

Aquesta etapa busca aportar claredat i focus en el repte a resoldre. El

seu objectiu és obtenir un plantejament significatiu i processable del problema, de manera que convidi a l'acció.

- **Idear**

Aquesta etapa se centra en la generació d'idees i constitueix la transició entre la identificació dels problemes i la creació de solucions per als nostres usuaris. L'objectiu és generar el màxim possible d'idees, la identificació de la "millor idea" es deixa per a més endavant.

- **Prototipar**

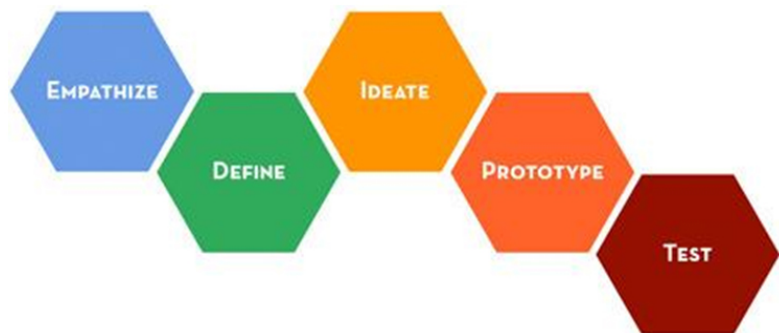
El prototipatge consisteix en la construcció d'artefactes (prototips) que ens ajudin a arribar a la solució final. Així, aquesta etapa s'orienta a l'experimentació més que a la validació d'idees. L'objectiu és donar una forma tangible a les solucions i idees treballades a les etapes anteriors.

- **Testejar (o avaluar)**

En aquesta etapa involucrem els usuaris amb l'objectiu de refinar idees, solucions i els prototips que hem construït. A més, ens permet aprendre més coses sobre els usuaris i, si és necessari, també permet repensar el punt de vista o plantejament de la solució del nostre projecte.

Diagrama

Molts cops les etapes del *design thinking* es representen visualment mitjançant hexàgons que formen una seqüència:



Cal tenir en compte que aquest diagrama no acaba de mostrar tota la riquesa i els elements del *design thinking* ja que no fa explícita la naturalesa iterativa del procés ni incorpora els *mindsets*.

Avantatges

És un procés que es focalitza en les persones, en l'usuari final del producte que dissenyem.

Incorpora explícitament l'empatia en el procés de disseny.

Permet explorar idees diferents (en lloc de desenvolupar-ne només una).

Afaveix la incorporació de diferents experteses i punts de vista en el procés de disseny.

Ajuda a veure els problemes de disseny des de perspectives diferents.

Inconvenients

Sovint es pensa que treballar amb una perspectiva o filosofia de *design thinking* consisteix en seguir unes etapes i portar a terme un conjunt d'activitats, com si es tractés d'una recepta de cuina. S'obliden aspectes importants com ara els *mindsets*, la flexibilitat i l'adaptació, el tenir en compte qualsevol idea o no tenir por a equivocar-se. Sense aquests elements, el *design thinking* acaba sent no tant un procés de disseny sinó simplement una seqüència d'activitats.

El *design thinking* requereix una dosi adequada de *design doing*, és a dir, per tal de solucionar problemes de les persones i generar solucions creatives, cal experiència en projectes de disseny. Aquesta experiència s'adquireix només a través de la pràctica al llarg del temps.

Algunes errades freqüents en projectes de *design thinking* són:

- Aplicar-lo com una recepta, sense adaptar-lo a cada projecte.
- Pensar que l'important és només idear, generar idees noves.
- Pensar que els projectes de *design thinking* es poden portar a terme sense dissenyadors i, al mateix temps, creure que només els dissenyadors són creatius i ho són perquè tenen un superpoder ocult.
- Utilitzar dades només per a validar solucions i no per a idear.
- Comparar i avaluar les noves idees amb les que ja són conegudes i estan validades.
- Recolzar-se només en mètriques de negoci.
- Preguntar directament als usuaris què volen en lloc de descobrir-ho.
- Utilitzar el procés per a optimitzar productes i serveis i no per a innovar.
- Aplicar-ho en un context en què la cultura organitzativa és completament oposada als *mindsets*.

Referències

d.school

<https://dschool.stanford.edu>

This is Design Thinking

<http://thisisdesignthinking.net>

BROWN, T. (2008, juny). *Design Thinking*. Harvard Business Review.

BROWN, T.; KÄTZ, B. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Nova York: Harper Business.

CROSS, N. (2011). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Berg.