

# ***Design thinking* como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC**

*Design thinking as a tool to generate innovation: a case study of the Library Academic of UDESC*

**Jordan Paulesky Juliani**

Professor adjunto na Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.  
Coordenador do Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.  
E-mail: [jordanjuliani@gmail.com](mailto:jordanjuliani@gmail.com)

**Marcelo Cavaglieri**

Mestre em Gestão de Unidades de Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.  
E-mail: [marceloglieri@yahoo.com.br](mailto:marceloglieri@yahoo.com.br)

**Raquel Bernadete Machado**

Mestre em Gestão de Unidades de Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.  
E-mail: [raquelfloripa@gmail.com](mailto:raquelfloripa@gmail.com)

## **Resumo**

Este estudo aborda o uso do *design thinking* como ferramenta de interação e aproximação entre os colaboradores, comunidade e usuários da Biblioteca da Universidade do Estado de Santa Catarina (BU/UDESC). Essa nova abordagem de inovação, voltada para o *design thinking*, possibilita agregar valor às propostas a serem implantadas, pois são pensadas e estruturadas de forma participativa. O objetivo do estudo é utilizar as técnicas do *design thinking* como ferramenta para geração de serviços inovadores na BU/UDESC. A metodologia adotada foi um estudo de caso, com uma pesquisa exploratória, de natureza qualitativa. Para a coleta de dados, foram utilizados métodos de entrevistas e grupo focal, realizados com a comunidade local, docentes, discentes e bibliotecários da UDESC. Após a conclusão das fases iniciais do *design thinking*, partiu-se para a fase da Prototipação em que se realizou a tangibilização da ideia principal, ou seja, propor a criação do Espaço Acessível para atender a pessoas com deficiência na BU/UDESC. Entende-se que a ideia é passível de ser colocada em prática, contribuindo para disponibilizar informações de qualidade e promover a acessibilidade informacional no ambiente da biblioteca universitária.

**Palavras-chave:** *Design thinking*. Inovação. Biblioteca universitária. Acessibilidade.

## **Abstract**

This study discusses the use of design thinking as a tool of interaction and closeness between employees, community and users of the Library of the University of the State of Santa Catarina (BU / UDESC). This new approach to innovation forward-thinking design makes it possible to add value to the proposals to be implemented, as they are designed and structured in a participatory manner. The objective is to use the techniques of design thinking as a tool for generating innovative services in BU / UDESC. The methodology used was a case study, with an exploratory and qualitative research. For data collection methods used were interviews and focus groups conducted with the local community, teachers, students and librarians UDESC. Upon completion of the initial stages of design thinking, went up to the stage of prototyping that was held on tangibilization the main idea, ie to propose the creation of accessible space to meet people with disabilities in BU / UDESC. It is understood that the idea is likely to be put in place, helping to provide quality information and promote informational accessibility in the academic library environment.

**Keywords:** Design thinking. Innovation. Academic library. Accessibility.

## Introdução

A inovação passa a ser um elemento-chave da estratégia organizacional, especialmente a partir do desenvolvimento industrial e do conseqüente aumento da concorrência. O ambiente previsível e estável que marca o início do processo de industrialização no começo do século XX, dá espaço para um novo ambiente organizacional, marcado pela mudança e pela imprevisibilidade. Nesse cenário, a competitividade das organizações depende fortemente da sua capacidade de diferenciação, que é sustentada pela adoção de processos inovativos na gestão.

Dornelas (2001) destaca que o ambiente competitivo é saudável e necessário, pois exige do empreendedor adotar novos paradigmas, adaptando a empresa ao mercado e promovendo inovações em termos de produtos e processos, com o propósito de elevar o nível de competitividade da organização.

A inovação de produtos e serviços não se faz necessária apenas em organizações do setor privado, com fins lucrativos, mas também no setor público. Nesse contexto, estão inseridas as bibliotecas universitárias públicas, foco de pesquisa deste artigo. Essas instituições também precisam inovar em seus produtos e serviços para manter seus usuários e atrair outros novos, a fim de cumprir com sua missão de levar a informação ao seu público.

A preocupação emergente com a inovação no contexto de uma biblioteca é evidenciada pelos movimentos das pesquisas sobre as inovações, especialmente as tecnológicas relacionadas às unidades de informação. Recentemente, três importantes relatórios foram divulgados a propósito das perspectivas da biblioteca do futuro, são eles: "*Checking out the future - perspectives from the library community on information technology and 21st-century libraries*", publicado em 2010 pela *American Library Association (ALA)*<sup>1</sup>; o relatório intitulado "*Envisioning the library of the future Phase 1: a review of innovations in library services*", desenvolvido pela *Arts Council England* e publicado em 2013<sup>2</sup>; e mais

---

<sup>1</sup> HENDRIX, J. C. Checking out the future: perspectives from the library community on information technology and 21st-century libraries. **Policy Brief**, n. 2, fev. 2010. Disponível em: <[http://www.ala.org/offices/sites/ala.org/offices/files/content/oitp/publications/policybriefs/ala\\_checking\\_out\\_the.pdf](http://www.ala.org/offices/sites/ala.org/offices/files/content/oitp/publications/policybriefs/ala_checking_out_the.pdf)>. Acesso em: 20 jan. 2015.

<sup>2</sup> ENVISIONING the library of the future Phase 1: a review of innovations in library services. Arts Council England, [2013]. Disponível em: <[http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Envisioning\\_the\\_library\\_of\\_the\\_future\\_phase\\_1\\_a\\_review\\_of\\_innovations\\_in\\_library\\_services.pdf](http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Envisioning_the_library_of_the_future_phase_1_a_review_of_innovations_in_library_services.pdf)>. Acesso em: 20 jan. 2015.

Design thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC

recentemente o apresentado pela *New Media Consortium*, em 2014<sup>3</sup>, que discute as tendências, os desafios mais significativos e as tecnologias emergentes, bem como seus impactos nas bibliotecas.

A organização que compreende a inovação como um fator crítico de sucesso deve buscar permanentemente métodos e ferramentas de gestão que permitam guiar o processo inovativo.

Uma dessas ferramentas que se tem mostrado eficaz na busca de processos inovadores é o *design thinking*, que, segundo Vianna et al. (2012), está associado à maneira de ver as coisas e resolver os problemas, pois utiliza um tipo de raciocínio pouco convencional no meio empresarial, o pensamento abdutivo, que é um processo participativo para formar hipóteses explicativas. O autor destaca que “é pensando de maneira abdutiva que o *designer* constantemente desafia seus padrões, fazendo e desfazendo conjecturas, e transformando-as em oportunidades para a inovação” (VIANNA et al., 2012, p. 14).

Por outro lado, Fraser (2012, p. 14) acredita que “a prática de *Design* para Negócios pode ajudar a desbloquear a inovação”, contribuindo para a resolução de problemas de forma criativa e centrada no usuário. Nesse contexto, o objetivo deste artigo é utilizar as técnicas do *design thinking* como ferramenta para geração de serviços inovadores na BU/UDESC.

## Metodologia

A presente pesquisa caracteriza-se como estudo de caso, pois foi estruturada e desenvolvida para solucionar problemas de uma unidade de informação específica, neste caso, a BU/UDESC. Yin (2005) esclarece que essa técnica surge do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos e permite que uma investigação preserve suas características holísticas e significativas da vida real.

Quanto aos objetivos, pela característica exploratória do problema, empregaram-se métodos de natureza qualitativa, sobretudo entrevistas e a formação de um grupo focal para coleta de dados. A aplicação dos instrumentos de coleta foi realizada com a comunidade local, docentes, discentes e bibliotecários da UDESC, no segundo semestre de 2014.

---

<sup>3</sup> JOHNSON, L. et al. **NMC Horizon Report: 2014 Library Edition**. Austin: The New Media Consortium, 2014. Disponível em: <<http://cdn.nmc.org/www/20150505073842/2014-nmc-horizon-report-library-ES.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

## **Inovação por meio do *Design Thinking***

A inovação de produtos e serviços é um dos métodos mais seguros de lucratividade e crescimento sustentável das empresas, pois possibilita aos empreendedores adaptar-se às crescentes exigências dos clientes, explorando alternativas de negócio para se manter no mercado e buscar novos clientes.

Kneipp et al. (2011) realizaram estudos sobre a evolução da produção científica relacionada à inovação no Brasil. De acordo com os autores, muitas organizações apoiam-se na inovação para diferenciar-se no mercado, saindo à frente da concorrência, além de estimular a criatividade e novas formas de fazer um produto ou prestar um serviço. No contexto corporativo, inovar significa igualmente reduzir custos, quando se relaciona à inovação de processos na empresa.

O manual de Oslo (OCDE, 2005, p. 55) apresenta o seguinte conceito de inovação:

Uma inovação 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.

Entre os tipos de inovações, destacam-se: inovações de produto, de processo, de marketing e organizacionais. No que diz respeito à inovação de processo, foco deste estudo, esse tipo é definido no manual de Oslo como uma implementação de métodos de produção ou de distribuição novos melhorados. Pode incluir significativas alterações de técnicas, equipamentos e softwares (OCDE, 2005).

As inovações de processo objetivam a redução de custos na produção ou na distribuição, aprimoramento da qualidade, bem como desenvolvimento de produtos novos ou significativamente melhorados (OCDE, 2005). Podem incluir ou não implementações de tecnologias de informação e comunicação.

Higa (2011) destaca que, para conseguir que a inovação tenha resultados de impacto, as empresas e seus modelos de gestão devem estar alinhados às estratégias de inovação. Isso significa rever processos internos e a própria estrutura organizacional, entender a inovação como um dos processos críticos e estratégicos da empresa, e ainda assegurar que a liderança na empresa possua competências e habilidades para estimular o ambiente de inovação, desencadeando internamente a força de novas ideias.

Uma ferramenta que pode auxiliar nesse processo é o *design thinking*, que se popularizou como uma abordagem diferenciada para ajudar os indivíduos e as organizações a serem inovadores em seus produtos e serviços.

O termo pode ser traduzido como “pensar como um *designer* pensa”, não configurando uma abordagem exclusiva para solução de problemas da área de *design*. O conceito é melhor representado como “[...] um conjunto de princípios que podem ser aplicados por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas” (BROWN, 2010, p. 6). Significa adotar tal ferramenta, nas diversas áreas do conhecimento, para resolver problemas de natureza simples ou mais abrangente.

Na concepção de Brown (2010), o *design thinking* é uma abordagem sistemática que permite a inovação e vai além da necessidade de se produzir um produto ou serviço, pois é assertivo a ponto de entrar diretamente na vida do consumidor, podendo até ditar certos comportamentos futuros, adicionando valor ao negócio.

Os *designers thinkers* baseiam-se em observações de como utilizar os espaços, assim como os objetos e os serviços que os ocupam. Isso permite a descoberta de padrões onde outros veem complexidade e confusão, além de possibilitar a sintetização de novas ideias, com base em fragmentos aparentemente discrepantes e converter problemas em oportunidades (BROWN, 2010).

O *design thinking* tem em sua abordagem os conceitos de multidisciplinaridade, colaboração e tangibilização de pensamentos e processos com vistas à inovação de negócios. A definição de *design thinking* tem como foco o bem-estar das pessoas e, por meio de pesquisas relacionadas aos fatores que afetam esse bem-estar, procura soluções inovadoras para os problemas encontrados (VIANNA et al., 2012).

De acordo com Lockwood (2010), o *design thinking* é a reunião de três qualidades: pensamento, raciocínio e pesquisa, cujo objetivo é envolver os consumidores, os *designers* e os empresários em um processo de integração, o qual pode ser aplicado a produtos, serviços e projetos de negócio. É uma credencial para imaginar futuros estados e trazer produtos, serviços e experiências para o mercado. Conforme o autor o *design thinking* é a aplicação da sensibilidade de um *designer* e de métodos para a resolução de problemas, não importando quais sejam, com finalidade de inovação, esclarecendo frentes difusas, encontrando sentido para resolução de problemas.

Desconsi (2012, p. 12) contribui para o entendimento do *design thinking*, descrevendo que, ao trabalhar com referida ferramenta, devem ser consideradas algumas diretrizes como:

- a) Transferir projetualmente métodos, ferramentas e processos para outras áreas.
- b) Concentrar-se na resolução de problemas capciosos.
- c) Envolver os participantes do *design thinking* que são multidisciplinares e não somente *designers*.
- d) Utilizar no *design thinking* certa metodologia do *design* como ferramenta e processos que foram feitos de forma explícita e disponível também para não *designers*.
- e) Criar inovação, principal objetivo do *design thinking*.

Partindo dos pressupostos elencados anteriormente, verifica-se que um dos principais aspectos que diferencia o *design thinking* de outras abordagens para gerar inovação é a capacidade de descobrir o que as pessoas desejam e satisfazer essas necessidades, ou seja, achar soluções para os problemas colocando as pessoas em prioridade.

Na visão de Boschi (2012), o primeiro ponto é identificar e compreender as necessidades dos envolvidos e, para alcançar tal objetivo, é indispensável utilizar ferramentas de pesquisa, empregadas por outras áreas, além da do *design*.

As fases deste estudo foram baseadas nas etapas do *design thinking* propostas por Vianna et al. (2012), que são: Imersão, Ideação e Prototipação, além da Análise e Síntese, que podem ser realizadas em todas as etapas.

No entanto, destaca-se que referidas fases possuem uma natureza versátil e não linear, ou seja, podem ser moldadas e configuradas de modo que se adaptem à natureza do projeto e do problema em questão.

A seguir, são apresentadas as fases do *design thinking* com base nos dados coletados neste estudo e na revisão de literatura. O objetivo é explicar como ocorreu o desenvolvimento e a aplicação da ferramenta sustentada pela contribuição teórica de alguns autores.

### Imersão

Nessa fase, a equipe que desenvolve o projeto faz a aproximação do problema sob o ponto de vista da empresa e do usuário final. Realiza-se a observação dos problemas, a pesquisa e o levantamento de informações.

Pinheiro e Alt (2011), e Brown (2010) destacam que esse processo de imersão é baseado na observação de determinado grupo de pessoas, priorizando-se a qualidade e não a quantidade da amostra. Outro critério importante é a escolha de usuários externos, com opiniões e atitudes bem definidas a respeito do que se está tentando compreender. Essa interação dos usuários externos com o público interno ajuda na resolução dos problemas e na compreensão de novos serviços que podem ser criados.

Neste estudo, adotou-se a pesquisa qualitativa, em que a equipe realizou levantamento de dados por meio de entrevistas em locais públicos e um grupo focal para discutir problemas e soluções acerca dos produtos e serviços da BU/UDESC. A coleta de dados foi baseada em três elementos norteadores que são: espaços, serviços e informação. O público-alvo da pesquisa incluiu a comunidade externa local, docentes, discentes e bibliotecários da UDESC.

Os questionamentos partiram de dois pressupostos básicos a respeito do conhecimento que o indivíduo possui da biblioteca da UDESC. Assim, o levantamento dos dados foi realizado, partindo das seguintes questões iniciais:

- a) Conhece a biblioteca universitária da UDESC?
- b) Quais as dificuldades encontradas?
- c) Como gostaria que a biblioteca fosse (serviços, produtos, espaços, informação)?

As entrevistas foram aplicadas em 22 pessoas da comunidade local externa em três locais públicos (loja de utensílios diversos, supermercado e *shopping center*). Além disso, foram realizadas entrevistas com três representantes de empresas inovadoras de base tecnológica para obter maior número de *insights* que pudessem ser discutidos nas próximas fases do estudo.

A técnica de coleta de dados denominada grupo focal foi realizada em uma sala de aula nas dependências da UDESC e contou com a presença de seis representantes da instituição (servidores e discentes). A dinâmica aplicada com o grupo focal teve como roteiro:

Jordan Paulesky Juliani, Marcelo Cavaglieri e Raquel Bernadete Machado

- a) Apresentação, objetivo e funcionamento: 10 minutos.
- b) Divisão em pequenos grupos.
- c) Cada questionamento teve 5 minutos de discussão.
- d) A cada questionamento foi trocado 1 integrante do grupo.
- e) Apresentação dos resultados dos questionamentos do grupo: 5 minutos.
- f) Fechamento: 10 minutos.

Na fase de imersão, também foi realizada Pesquisa Desk, com o intuito de se obter referências do tema estudado, apoiar e estruturar o andamento da pesquisa. Vianna et al. (2012, p. 33) destacam que “o crucial da Pesquisa Desk é a vontade do pesquisador de achar coisas novas e interessantes. Além disso, é imprescindível estar atento para possíveis conexões e inter-relações entre os temas”.

A pesquisa *desk* foi pautada inicialmente na identificação de algum trabalho relacionado ao tema que já tivesse sido realizado na BU/UDESC. Em seguida, foi feita uma busca de outros *cases* da aplicação do *design thinking* em bibliotecas e empresas para que fosse possível se ter uma noção dos procedimentos adotados e, ao mesmo tempo, uma visualização dos resultados alcançados. Por fim, a pesquisa pautou-se na procura de bibliotecas inovadoras no Brasil e exterior para identificar serviços que poderiam ser adaptados e implantados à realidade da UDESC.

### Análise e síntese

Após levantamentos de dados obtidos na fase de imersão com as entrevistas e o grupo focal, é imprescindível realizar a análise e síntese dos dados coletados. No entendimento de Vianna et al. (2012, p. 16), tal fase “[...] tem como objetivo organizar esses dados visualmente de modo a apontar padrões que auxiliem a compreensão do todo e identificação de oportunidades e desafios”.

Para uma compreensão maior das ideias, foi realizada uma síntese das entrevistas e dos resultados obtidos por meio do grupo focal.

- a) Síntese das entrevistas:



Design thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC

- Falta pessoal disponível e capacitado para atender às solicitações e orientar aos usuários.
- Dificuldade na busca e localização de itens do acervo.
- Acervo ultrapassado.
- Não é feito trabalho de *marketing* para divulgar os produtos/serviços que oferecidos pela biblioteca.
- A comunidade demanda atividades culturais, como teatro, *shows*, exposições, oficinas etc.
- Poderiam ser oferecidos serviços inovadores como: centro de informações turísticas da cidade e uma modateca.

b) Síntese do grupo focal referente às dificuldades:

✓ Acervo

- Materiais antigos.
- Complicado de localizar e estantes em locais de difícil acesso.
- Número de exemplares insuficientes.
- Falta de *e-books*.
- Sinalização inadequada.

✓ Catálogo

- Pouco ágil na busca e na recuperação.
- Problemas com reserva/renovação de materiais.

✓ Estrutura

- Pouco pessoal para atendimento.
- Localização inadequada do prédio.
- Estrutura física “quadrada”.
- Número insuficiente de tomadas elétricas.

Jordan Paulesky Juliani, Marcelo Cavaglieri e Raquel Bernadete Machado

- Reserva de salas (apenas para poucos).
  - Barulho decorrente de salas com grupos (aulas particulares/ discussão/ debate).
- c) Síntese do grupo focal referente a informação/produtos:
- ✓ Informação
    - Informação menos formal.
    - Disponibilizar material histórico.
    - Informação publicitária e turística de Santa Catarina.
    - Informação sobre cursos da UDESC.
    - Informação sobre concursos.
    - Digitalização de materiais (sumários, capítulos).
    - Acervo com coleções sobre temas específicos.
    - Acervo multimídia.
  - ✓ Acesso
    - Acesso a *e-books* e bases de dados não apenas na biblioteca.
    - Catálogo interativo, dinâmico e colaborativo com possibilidade de inclusão de *tags*.
    - Metabusca com busca integrada de informação (biblioteca/arquivo/bases de dados).
- d) Síntese do grupo focal referente a serviços/espços:
- ✓ Serviços
    - Divulgação atualizada de novas aquisições.
    - Malote (papa-livro em pontos estratégicos dentro da UDESC).
    - *Book delivery* (recebimento de livros em casa).
    - Contação de histórias (projeto interdisciplinar com o curso de Pedagogia).
    - Projeção de filmes com cinedebates.
    - Capacitação sobre uso de recursos da biblioteca.

Design thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC

- Oficinas com temas diversos para a comunidade interna/externa.
  - Clube do livro (grupo de discussão sobre livros acadêmicos/técnicos/literários).
  - Empréstimos de *notebooks*, *tablets*, *e-readers* e outros equipamentos tecnológicos.
  - Serviço de referência virtual.
  - Empréstimo de materiais para egressos e comunidade.
  - Biblioteca 24 horas, inclusive em fins de semana.
  - Biblioteca como centro cultural público e aberto à comunidade, com oficinas, cursos, palestras, programação fixa com apresentações musicais, teatro, dança, exposições, saraus e outros.
  - Venda de livros (parceria com sebos, livrarias e editoras), podendo reverter as vendas em livros para a biblioteca.
  - Oficinas de revisão bibliográfica, produção de textos, elaboração de projetos, currículos e outros.
  - Editora da biblioteca aberta à comunidade.
  - Recuperação da informação eficiente com sistema inteligente.
  - Bibliotecários especializados por áreas para atendimento/consultoria.
  - Aplicativo do catálogo para dispositivos móveis.
- ✓ Espaços
- Seção infanto-juvenil.
  - Ambientes de lazer e descanso.
  - Refeitório e café.
  - Seção de acessibilidade com equipamentos e pessoal especializado.
  - Salas de estudos individuais com tomadas elétricas.
  - Guarda-volumes de uso permanente.
  - Ambientes amplos e interativos.
  - Auditório para cursos/palestras/reuniões.

- Sala com computadores com acesso à internet aberto à comunidade.
- Sala multimídia com cabines individuais e com fones.

É possível inferir pela síntese dos dados coletados que a comunidade apresentou diferentes ideias para o projeto em questão. Assim, após sintetizar os dados, partiu-se para a fase de ideação.

### Ideação

Nesta fase, o intuito é gerar ideias inovadoras para o tema do projeto e buscar soluções criativas que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado. Vianna et al. (2012, p. 102), explicam que “[...] é importante que haja variedade de perfis de pessoas envolvidas no processo de geração de ideias [...]”. Assim sendo, normalmente, devem-se incluir nesse processo as pessoas que serão “servidas” pelas soluções que estão sendo desenvolvidas, pois poderão ter uma contribuição maior do que realmente é necessário para melhorar determinado produto ou serviço.

Após analisar a síntese dos dados levantados referente às dificuldades, produtos, serviços e informação, foram extraídas/modeladas/validadas algumas ideias inovadoras baseadas nas necessidades da comunidade interna e externa da UDESC. Realizou-se a validação dessas ideias com os bibliotecários responsáveis da BU/UDESC, levando-se em conta a viabilidade e interesse da direção da biblioteca em realizar tais ações.

Ao final do processo, em comum acordo com os participantes da pesquisa e as partes interessadas, representantes da biblioteca, foram selecionadas quatro ideias principais para atender às necessidades da comunidade:

- Sinalização da BU.
- Serviço de informação turística.
- Grupos de interesse (acessibilidade, interculturais, infantil entre outros)
- Papa livros.

Com base nessas ideias, foi trabalhada por estes autores a questão dos grupos de interesse, os quais, de acordo com a equipe da BU/UDESC, é uma das necessidades latentes da biblioteca. Dessa forma, sugeriu-se implementar um serviço para usuários com deficiência

visual, aproveitando, assim, o acervo com materiais especiais que atualmente são subutilizados.

Neste artigo, foi adotado o termo “pessoas com deficiência” para referir-se a todos os indivíduos com redução de sua capacidade física, atendendo aos pressupostos estabelecidos na Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (NOGUEIRA, 2008).

A intenção de se criar um setor especializado com produtos e serviços destinados a esse tipo de público confere a garantia de que essas pessoas tenham os mesmos direitos das demais, com possibilidades diferenciadas para facilitar o acesso informacional nas mesmas condições de igualdade (NOGUEIRA, 2008).

A fase de ideação molda uma ideia inicial inovadora baseada nos dados levantados para atender a uma demanda da instituição. Nesse sentido, com uma ideia inovadora selecionada, é necessário prototipar e prever todos os elementos no processo.

### Prototipação

A ideia de desenvolver um espaço com serviços e produtos ofertados aos usuários com deficiência atende a uma das recomendações surgidas na coleta de dados, a qual diz respeito à implantação de uma seção de acessibilidade com equipamentos e pessoal especializado. No planejamento dessa ideia na fase de prototipação, consideraram-se as necessidades e possibilidades da BU/UDESC.

Segundo Vianna et al. (2012, p. 122), “O protótipo é a tangibilização de uma ideia, a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade – mesmo que simplificada – e propiciar validações”. Dessa forma, será descrito a seguir como pode ser implementada a ideia de um setor especializado para pessoas com deficiência.

Corradi e Vidotti (2008) descrevem as diversas necessidades de usuários com algum tipo de deficiência com características sensoriais, linguísticas e motoras. As autoras destacam o uso da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) no ambiente informacional digital, além de uma arquitetura da informação acessível, que incluem *softwares* leitores, interfaces digitais com alertas sonoros e ajustes de tamanho de fontes e contrastes de cores, além de documentos em formatos acessíveis e usáveis.

De acordo com Fonseca, Gomes e Vanz (2012), as ações para possibilitar a inclusão e acessibilidade em uma biblioteca envolvem questões de estrutura física, que abarca desde a arquitetura do local até *softwares* e equipamentos especializados, bem como ações comportamentais por parte da equipe, como capacitações, por exemplo.

Destaca-se como *case* de sucesso o Ambiente de Acessibilidade Informacional (AAI) implantado pela Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (BU/UFSC) e descrito por Bem et al. (2013). A BU/UFSC disponibiliza no AAI diferentes produtos e serviços para auxiliar o estudante com deficiência durante sua vida acadêmica.

Com o mesmo intento, o Espaço Acessível da BU/UEDESC – designação para o local físico dentro do prédio da biblioteca central – poderá ser implantado em uma sala no térreo. No Espaço Acessível, serão disponibilizados produtos, serviços e programas culturais, conforme descrito a seguir:

✓ Produtos:

- Computadores com *softwares* leitores.
- Lupas eletrônicas.
- *Notebooks*.
- MP3.
- Audiolivros.
- Materiais em braile.
- Mapas táteis.

✓ Serviços:

- Empréstimo de equipamentos e materiais acessíveis.
- Leitura para pessoas cegas ou com baixa visão.
- Digitalização de documentos em formatos acessíveis.

✓ Programas culturais:

- Cinema acessível (projeção de filmes com audiodescrição).
- Grupo de contação de histórias

Design thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteca Universitária da UDESC

- Criação de um *website* específico para pessoas com deficiência com programação cultural da biblioteca e outros programas.

Para implantação do Espaço Acessível com todos os produtos e serviços relacionados, é necessário adotar um planejamento que estipule algumas ações para se chegar ao objetivo proposto, conforme a seguir:

- Contato com entidades e órgãos de apoio a serviços para pessoas com deficiência, como por exemplo, Associação Catarinense para Integração do Cego (ACIC), Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Comunidade da UDESC, Fundação Catarinense de Cultura e Fundação Dorina Nowill.
- Aquisição de equipamentos, *softwares* e acervo acessível.
- Capacitação da equipe da BU/UDESC acerca de técnicas de audiodescrição e outras técnicas adequadas para acessibilidade informacional.
- Disponibilização e organização do Espaço Acessível.
- Divulgação dos produtos e serviços, incluindo uma programação fixa mensal para a projeção de filmes com audiodescrição e contação de histórias.

Cabe salientar que a divulgação desses serviços e produtos do Espaço Acessível torna-se a parte fundamental para o sucesso da proposta. Assim, a ideia é divulgar nas redes sociais, incluindo uma *fanpage* no *Facebook* e *Twitter*, além de criar um grupo interno pelo *Whatsapp*. É importante também divulgar por meios impressos nas imediações locais e áreas internas da UDESC.

A última ação mencionada também visa atender a uma das ideias propostas e identificadas no levantamento dos dados que é o *marketing* dos serviços e produtos oferecidos pela biblioteca.

## Considerações finais

As transformações evolutivas na forma de desenvolver os produtos e serviços têm chamado a atenção cada vez mais de profissionais. Estes buscam a capacitação e a adesão de novas ferramentas que auxiliem no desenvolvimento de suas atividades, pois é preciso estar preparado para lidar com essas mudanças e com pessoas cada vez mais exigentes e informadas no ambiente de trabalho.

A escolha de estudar novos produtos e serviços para a biblioteca universitária da UDESC, com o auxílio da ferramenta *design thinking*, ocorreu inicialmente por perceber seu caráter inovador e também por acreditar que as técnicas empregadas nas três fases poderiam ser eficientes para tangibilizar novas ideias, a fim de atender com mais precisão às necessidades dos usuários internos e da comunidade local em torno da UDESC.

Com a conclusão de todas as fases do *design thinking*, observou-se que tal ferramenta pode ser utilizada com grande eficácia para solucionar problemas em diversos segmentos, tendo em vista sua abordagem diferenciada no auxílio dos indivíduos e organizações, sempre com uma visão inovadora em criar novos produtos e serviços, podendo contribuir assim para o crescimento efetivo das organizações.

A prototipação da ideia mostrou claramente que é possível sua implantação por meio de ações como aquisição de alguns equipamentos e capacitação da equipe da biblioteca. Além disso, os resultados em curto, médio e longo prazo podem ser a aproximação da BU/UDESC com a comunidade local externa e interna. A disponibilização de informações acessíveis e a programação cultural objetivam promover a inclusão e a acessibilidade de pessoas com deficiência.

Com a implementação da ideia que foi estruturada na fase de prototipação, a BU/UDESC estará cumprindo de forma ainda mais eficiente sua missão de levar a informação a todos, indiscriminadamente.

Além do mais, o projeto em foco poderá possibilitar a criação de novas ideias, que podem vir a ser criadas pelos próprios beneficiários. Dessa maneira, a biblioteca universitária contribui para o acesso e para o uso da informação como fonte geradora de novos conhecimentos que podem ser transformados em produtos e serviços para o bem da comunidade.



Por último, destaca-se que o processo teve algumas limitações. Entre elas, pode-se citar a pouca experiência do grupo na aplicação prática da metodologia do *design thinking*. É um método que exige prévio conhecimento e planejamento em todas as etapas. Outra limitação é de que os proponentes da pesquisa não fazem parte do quadro funcional do ambiente estudado, assim a parte de prototipação não pode ser implementada de forma total, apenas planejada para que a instituição e seus colaboradores possam pôr em prática.

No entanto, obteve-se êxito na conclusão do produto final com a apresentação de um projeto viável que poderá servir de grande valia à comunidade e seus usuários internos. Verifica-se igualmente uma contribuição às áreas da Ciência da Informação e da Biblioteconomia por planejar a melhoria e desenvolvimento de serviços e produtos voltados às bibliotecas.

## Referências

BEM, R. M. et al. O papel da biblioteca universitária na vida acadêmica do estudante com deficiência: Ambiente de Acessibilidade Informacional da UFSC. In: AMBONI, N. F. (Org.). **Gestão de bibliotecas universitárias: experiências e projetos da UFSC**. Florianópolis: Biblioteca Universitária UFSC, 2013. Cap. 5, p. 69-78.

BOSCHI, M. T. **O design thinking como abordagem para gerar inovação: uma reflexão**. 2012. 100 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2012.

BROWN, T. **Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CORRADI, J. A. M.; VIDOTTI, S. A. B. G. Acessibilidade em ambientes informacionais digitais de bibliotecas universitárias: foco em usuários com diferentes condições sensoriais auditivas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 15., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: UNICAMP, 2008. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

DESCONSI, J. **Design thinking como um conjunto de procedimentos para a geração da inovação: um estudo de caso do projeto G3**. 2012. 126 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299 p.

FONSECA, C. C. R.; GOMES, G. F.; VANZ, S. A. S. Acessibilidade e inclusão em bibliotecas: um estudo de caso. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17., 2012, Gramado. **Anais...** Porto Alegre: Universidade Federal do InCID: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 66-83, set. 2015/fev. 2016.

Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/index.php>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

FRASER, H. **Design para negócios na prática**: como gerar inovação e crescimento nas empresas aplicando o business Design. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 208 p.

HIGA, F. Como capturar valor da inovação. **Harvard Business Review**, v. 89, n. 9, p. 62-64, set. 2011.

KNEIPP, J. M. et al. Uma análise da evolução da produção científica sobre inovação no Brasil. **Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 133-157, jan./jun. 2011.

LOCKWOOD, T. **Design thinking**: integrating innovation, customer experience, and brand value. New York: Allworth, 2010.

NOGUEIRA, G. Artigo 17: proteção da integridade da pessoa. In: RESENDE, A. P. C.; VITAL, F. M. P. **A convenção sobre os direitos das pessoas com deficiência comentada**. Brasília: Corde, 2008. p. 69-70.

OCDE – Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Brasília: ARTI/FINEP, 2005.

PINHEIRO, T.; ALT, L. **Design thinking Brasil**: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

VIANNA, M. et al. **Design thinking**: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV, 2012.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Artigo submetido em: 26 jul. 2015

Artigo aceito em: 01 set. 2015