

Prática docente e linguagens digitais: contribuições do *design thinking* no Ensino Superior

Ana Lúcia de Souza Lopes*
Marcelo José Abreu Lopes **

Resumo

Este artigo discute a potência da combinação entre metodologias inovadoras e o uso de linguagens digitais no Ensino Superior. Tem como objetivo apresentar o *Design Thinking* (DT) como recurso metodológico e sua apropriação no contexto educacional para renovar práticas pedagógicas e saberes docentes. Conceitua-se o DT e sua contribuição em uma experiência imersiva e inovadora com estudantes do curso de Jornalismo de uma instituição privada de ensino. Trata-se de uma oficina de criação de produtos editoriais, tendo como suporte um ambiente virtual com o uso da plataforma Miro. Como resultado identifica-se construção de projetos inovadores nos quais os estudantes demonstram domínio das ferramentas recursos digitais. Evidencia-se a articulação entre teoria e prática e como as possibilidades de interação e experimentação num ambiente virtual pode responder a demandas formativas do Ensino Superior.

Palavras-chave: Prática Docente; Design Thinking; Tecnologia na Educação.

Teaching Practice and Digital Languages: Contributions of Design Thinking in Higher Education

Abstract

This article discusses the power of combining innovative methodologies with the use of digital languages in Higher Education. The aim is to pre-

* Doutora em Educação, Arte e História da Cultura - Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). <https://orcid.org/0000-0003-1053-229X>

** Doutor em Educação, Arte e História da Cultura - Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). <https://orcid.org/0000-0002-1449-9063>

sent Design Thinking (DT) as a methodological resource and its appropriation in the educational context to renew pedagogical practices and teaching knowledge. The article conceptualizes DT and its contribution to an immersive and innovative experience with Journalism students at a private educational institution. It focuses on a workshop for creating editorial products, supported by a virtual environment using the Miro platform. As a result, the construction of innovative projects is identified, in which students demonstrate mastery of digital tools and resources. The article highlights the articulation between theory and practice and how the possibilities of interaction and experimentation in a virtual environment can meet the formative demands of Higher Education.

Keywords: Teaching Practice; Design Thinking; Technology in Education.

Prática Docente y Lenguajes Digitales: Contribuciones del Design Thinking en la Educación Superior

Resumen

Este artículo discute el poder de la combinación entre metodologías innovadoras y el uso de lenguajes digitales en la Educación Superior. Su objetivo es presentar el Design Thinking (DT) como recurso metodológico y su apropiación en el contexto educativo para renovar las prácticas pedagógicas e conocimientos docentes. Se conceptualiza el DT y su contribución en una experiencia inmersiva e innovadora con estudiantes del curso de Periodismo de una institución privada de educación. Se trata de un taller de creación de productos editoriales, apoyado en un entorno virtual utilizando la plataforma Miro. Como resultado, se identifica la construcción de proyectos innovadores en los que los estudiantes demuestran dominio de herramientas y recursos digitales. Se evidencia la articulación entre teoría y práctica y cómo las posibilidades de interacción y experimentación en un entorno virtual pueden responder a las demandas formativas de la Educación Superior.

Palabras clave: Práctica Docente; Design Thinking; Tecnología en la Educación

Introdução

A docência, em todos os níveis de ensino, requer saberes que formam uma base para o seu ofício, ou seja, conhecimentos que envolvem competências e habilidades mobilizadas em sala de

aula com a finalidade exercer o seu ofício de professor. (TARDIF, 2014). A sociedade está em constante transformação e apresenta novas necessidades formativas e de atuação profissional. Para Tardif (2014, p. 11) “o saber dos professores é o saber *deles* e está relacionado com a pessoa e a identidade deles (...) com as suas relações com os alunos em sala de aula e com os outros atores escolares”, de forma que é essencial debruçar-se sobre esses elementos que constituem o trabalho docente.

Além disso, as demandas formativas provocam movimentos que levam a necessidade de (re)aprender a conhecer, a comunicar, a ensinar; a integrar o humano e o tecnológico; a integrar o individual, o grupal e o social (BRITO e PURIFICAÇÃO, 2015). Nesse sentido, pensar em metodologias ativas que se constituem como alternativas pedagógicas que lançam foco no processo de aprendizagem por meio da descoberta, da investigação e resolução de problemas torna-se um fértil terreno para a construção de novos saberes e novas formas de aprender e ensinar. Contudo, essa ideia de aprendizagem centrada no aluno e no professor não é nova. John Dewey (1944) propõe uma educação baseada no processo de busca do conhecimento por meio de um processo ativo, no qual a formação deveria considerar cidadãos criativos e competentes, com ênfase no processo do “aprender-fazendo”, aprender por meio da ação.

Assim, as metodologias da aprendizagem podem ser definidas como técnicas, procedimentos e processos desenvolvidos pelos professores para mobilizar nos estudantes a construção de conhecimentos. Elas são expressas por meio de estratégias com o objetivo de envolver estudantes, engajá-los e mobilizar o seu protagonismo. (MORAN, 2018). Além disso, a docência no Ensino Superior implica em formar profissionais que sejam capazes de compreender como a sua atuação profissional pode responder às demandas da sociedade atual.

Neste contexto, torna-se de fundamental relevância para o docente apropriar-se e oferecer espaços para articulação entre teoria e prática para garantir o desenvolvimento de um olhar crítico

e ativo sobre a realidade, uma vez que a formação envolve não só a aquisição de conteúdos pertinentes à determinada área do saber, mas também o desenvolvimento de competências e habilidades como o pensamento crítico, a criatividade, a aprendizagem colaborativa e a inovação. Assim, adotar novas metodologias possibilita romper com uma ideia de ensino prioritariamente transmissivo e descontextualizado e criar condições para uma aprendizagem ativa e significativa.

O *Design Thinking (DT)* é uma abordagem inovadora de integração colaborativa e interdisciplinar que parte de necessidades reais e tecnicamente executáveis que mobiliza aprendizados articulando teoria e práticas, por meio da solução de problemas da sociedade. E por isso, torna-se um recurso metodológico importante para o Ensino Superior, já que permite articular pensamentos e processos na busca de caminhos para soluções inovadoras (VIANNA, et al, 2012)

Este trabalho tem como objetivo discutir e identificar como o *Design Thinking (DT)* pode contribuir para a resignificação de práticas pedagógicas e possibilitar novas experiências imersivas, tendo as linguagens digitais como suporte para sua realização. Parte-se do seguinte questionamento: a apropriação do *Design Thinking (DT)* pode contribuir de maneira significativa para a formação de estudantes universitários? Que novos saberes docentes podem ser incorporados ao apropriar-se de uma abordagem imersiva com suporte digital para o desenvolvimento estratégias no Ensino Superior?

Para tanto, apresenta-se a análise de uma experiência vivenciada por estudantes universitários do curso de Jornalismo de uma instituição privada de ensino superior, por meio da oficina “Design Thinking para o Mercado Editorial” com vistas a construção de Projetos Inovadores. A ideia envolve a imersão na metodologia, ao mesmo tempo em que a própria abordagem é referência para que os alunos construam seus projetos de inovação, a partir da temática proposta. Para suportar e apoiar todas as fases da ação foi utilizada

a ferramenta digital “MIRO”¹ para a sistematização e vivência das etapas da proposta que culminou em protótipos elaborados pelos estudantes, que foram abrigados no próprio espaço virtual criado para o desenvolvimento da oficina.

A seguir apresenta-se a abordagem do *Design Thinking (DT)* e sua contribuição para a educação por meio de uma conceitualização e da experiência proposta, bem como, da análise e resultados desta experiência que combina uma abordagem metodológica com linguagens digitais para a promoção da criatividade e pensamento crítico, a partir da interação e do trabalho colaborativo.

A contribuição do Design Thinking para o desenvolvimento da criatividade e inovação pedagógica

O Design Thinking é uma abordagem originária da área de Design, mas ganhou reconhecimento global em diversas disciplinas graças a Tim Brown, presidente da IDEO, uma renomada empresa dos Estados Unidos. Brown foi fundamental na disseminação dessa abordagem, que visa identificar oportunidades para agregar valor em contextos específicos através de soluções inovadoras, produtos e serviços. Essa metodologia tem sido aplicada em uma ampla gama de setores, incluindo organizações, empresas, instituições governamentais e educacionais (CAVALCANTI e FILATRO, 2016).

Esta abordagem tem como foco a simplificação e a humanização de processos, pois busca estimular a colaboração, o pensamento criativo e a inovação por meio do conceito de prototipagem rápida de diferentes realidades, com base na observação e na cocriação. (CAVALCANTI e FILATRO, 2016). Envolve a identificação de problemas, especialmente os que não são visíveis e propor soluções inovadoras, criativas e viáveis para a situação que estiver sendo analisada.

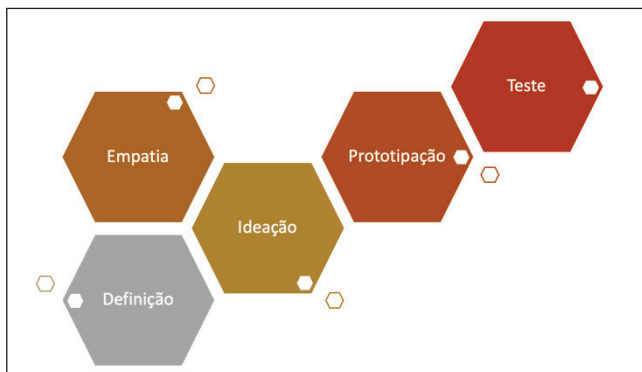
¹ Trata-se de uma ferramenta digital de colaboração on-line que funciona como um quadro branco e permite o trabalho em equipes interativo e em tempo real e a convergência de mídias, com o uso de áudios, vídeos, links, templates pré-definidos e integração com outras ferramentas e plataformas digitais.

Essa abordagem é fundamentada na empatia, colaboração e experimentação de ideias (OLIVEIRA, 2014). O processo é caracterizado por sua natureza multifásica e não linear, sendo estruturado em etapas que não precisam seguir uma sequência fixa. Isso possibilita a exploração de diferentes caminhos e alternativas conforme novas oportunidades surgem durante o desenvolvimento. Ao desafiar o pensamento lógico e cartesiano, a abordagem facilita a busca por soluções inovadoras, incentivando uma análise diversificada do problema e promovendo a colaboração ativa da equipe. Para que isso ocorra de maneira eficaz, é essencial que não haja hierarquia entre os participantes, permitindo maior liberdade na expressão das ideias e fomentando a criatividade.

O Design Thinking contribui para a educação ao incentivar o estudante a “aprender a aprender”, preparando-o para uma formação crítica e intelectual em um mundo contemporâneo. De acordo com Oliveira (2014), essa abordagem promove a transformação do ambiente de aprendizagem, aprimora a colaboração, engaja o aluno, estimula a criatividade e o pensamento crítico, e torna o processo educativo mais envolvente e eficaz para resolver problemas individuais e sociais.

O Design Thinking é um processo estruturado em cinco etapas principais. A primeira etapa é a *Empatia*, que envolve entender a situação problema, sensibilizando-se e identificando-se com as dificuldades centrais a serem analisadas. A segunda etapa é *Definir*, onde os dados e impressões coletadas são sintetizados para identificar e focar no ponto central da atuação. A terceira etapa é *Idear*, que consiste em gerar muitas ideias através de brainstorming, explorando diversas perspectivas e avaliando os pontos fortes e fracos de cada uma, para depois categorizá-las e selecioná-las. Na quarta etapa, *Prototipar*, a ideia mais viável é transformada em um protótipo tangível, que pode ser um produto, serviço ou processo. Finalmente, a etapa de *Testar* envolve a avaliação e adaptação dos protótipos com base em feedbacks, podendo os testes serem repetidos até que a solução esteja pronta para implementação.

Figura 1. Fases do Processo de Design Thinking, Inspirado no modelo adotado pela D. School



Fonte: Criado pelos autores.

O Design Thinking é uma abordagem inovadora que integra teoria e prática por meio da experimentação e, quando combinada com tecnologias digitais, amplia as formas de comunicação e de produção de conhecimento, estendendo a sala de aula para ambientes virtuais. Adotar o Design Thinking em sala de aula envolve uma ruptura com práticas anteriores, oferecendo novas possibilidades de aprendizado e ensino. Para ser eficaz, deve envolver um número significativo de participantes e ser planejado com intencionalidade pedagógica.

As linguagens digitais na educação – a plataformas digitais e as possibilidades de interação e colaboração

Discutir a potência das linguagens digitais na educação torna-se de fundamental relevância, uma vez que ao longo do tempo observa-se uma aceleração sem precedentes da nova sociedade digital que imprime novos desafios educacionais, uma vez que as formas de comunicação foram fortemente expandidas e modificadas. Segundo Lemos (2009), trata-se da cultura contemporânea, marcada pela onipresença dos dispositivos digitais. Já Pérez Gómez (2015,

p.14) relata: “Vivemos na aldeia global e na era da informação, uma época de rápidas mudanças, de aumento sem precedentes de interdependência e complexidade, o que está causando uma mudança radical na nossa forma de comunicar, agir e expressar”

Assim, o impacto da tecnologia gera deslocamentos e estabelece novas relações, em contextos emergentes, próprios desta época. Mill (2013, p. 15) aponta que “o estágio de desenvolvimento tecnológico que estamos experienciando atualmente trouxe consigo inéditas possibilidades de comunicação ou interação entre os sujeitos”, o que permite apropriar-se e experimentar novos espaços, relacionar-se de novas maneiras com o tempo e, ainda vivenciar experiências de transformação em diversas áreas do saber e do fazer humano.

As tecnologias digitais possibilitam novas formas de aprendizado, ensino e comunicação, e, quando usadas com intencionalidade pedagógica, permitem a integração eficaz dessas tecnologias às práticas educacionais. Isso ajuda a desenvolver competências e habilidades nos estudantes, preparando-os para um exercício crítico e qualificando-os para o mercado de trabalho, especialmente no Ensino Superior (MILL, 2013).

Para Lopes e Lopes (2023):

A sala de aula em nossa atualidade ganhou novos contornos, especialmente com a pandemia da covid-19, que levou à migração do ensino presencial para o ensino remoto *on-line*, impôs de forma compulsória o uso de recursos digitais e transformou o ambiente virtual em salas de aula que passaram a ser mediadas por tecnologias. (LOPES e LOPES, 2023, p. 7).

Desta maneira é possível apreender que o uso de ferramentas e plataformas digitais ganharam espaço nos ambientes educacionais e foram apropriadas por docentes de forma compulsória, mas ao mesmo tempo, possibilitaram a experimentação de novas práticas, cuja potência mobiliza aprendizagens significativas nos estudantes por meio de novas linguagens e mídias, próprias da atualidade e que dialoga com o perfil dos estudantes do século 21, os chamados “nativos digitais”.

Para esse estudo, destaca-se a plataforma MIRO (miro.com), como um exemplo de ferramenta para incorporar e integrar tecnologias digitais nas práticas pedagógicas do Ensino Superior. Desta forma, na experiência que será apresentada, o uso da ferramenta como recurso didático se apresenta como essencial para garantir o êxito da experiência, cumprindo os objetivos pedagógicos da proposta.

Trata-se de uma plataforma *on-line* que funciona como um quadro branco interativo e que permite a construção de diversos ambientes, valendo-se de templates pré-definidos ou criados a partir da necessidade do usuário com vistas a promover experiências imersivas e colaborativas. Pode ser utilizado desde a construção de mapas mentais, diagramas, quadro de notas, compartilhamento de imagens, inserção de links e vídeos, além de textos que possibilitam dinamismo e expandem as possibilidades de interação, comunicação e colaboração entre pares. Este tipo de plataforma permite uma expansão da ideia de sala de aula, um rompimento com a ideia de tempo e espaço, uma vez que aquele ambiente fica disponível a qualquer hora e a qualquer momento para uso dos estudantes, para além do espaço físico e a duração do encontro presencial em sala de aula. Permite a personalização do ensino, a construção coletiva e possibilidade de criação dos estudantes por meio dos diversos recursos. A autoria e produção de novos conhecimentos também é possível, bem como a publicização de tais conteúdos, produtos e soluções.

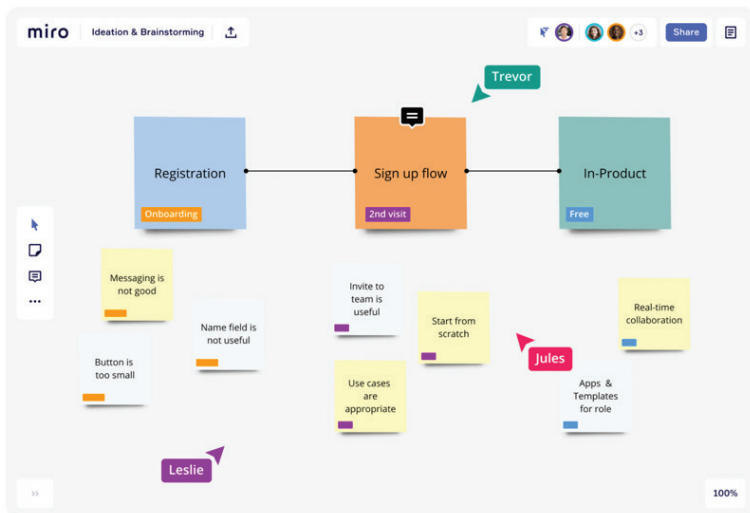
As possibilidades e recursos de ferramentas como esta oferecem recursos para a personalização de atividades e a mobilização dos estudantes de forma ativa e participativa, pois a partir de experiências imersivas, do uso de ferramentas que são comuns para atividade profissional, as estratégias envolvem e engajam os estudantes para o desenvolvimento de habilidades e competências importantes para a atuação profissional e o mercado de trabalho.

A combinação entre metodologia e recursos tecnológicos, quando alinhada aos objetivos de aprendizagem, é fundamental para a construção de práticas pedagógicas inovadoras que atendam

às demandas educacionais contemporâneas. Essa integração é especialmente importante na formação profissional na universidade, pois proporciona aos estudantes experiências de aprendizado mais dinâmicas e relevantes, desenvolvendo habilidades práticas e teóricas que são essenciais para o mercado de trabalho.

Ao unir metodologias eficazes com tecnologias apropriadas, é possível preparar os alunos para enfrentar os desafios profissionais com maior competência e adaptabilidade. Neste sentido, é muito importante destacar que somente uma ferramenta, ou seja, somente a tecnologia não promove experiências inovadoras ou significativas. É necessário que o docente compreenda a potência daquele recurso e alie aos seus objetivos pedagógicos e, portanto, amplie a sua prática pedagógica desenvolvendo saberes docentes próprios desta época, que envolve a apropriação de linguagens digitais, a partir de intencionalidades e aliados à abordagens metodológicas que mobilizam o aprendizado ativo, participativo e colaborativo.

Figura 2 – Exemplo de *board* da Plataforma Miro



Fonte: Plataforma Miro (miro.com)

A figura 2 exibe um exemplo de ambiente (*board*) da Plataforma e permite visualizar alguns dos recursos interativos que dispõe, a saber: o uso de post-it para diversas comunicações, a participação em tempo real (veja os nomes em destaque), setas e elementos visuais para organização do pensamento e registro das comunicações e, ainda barra de ferramentas que permite a inserção de novos elementos e recursos ao ambiente de trabalho virtual.

Tendo em vista a necessidade de criar novas possibilidades de ensino e aprendizagem, bem como, analisar a potência significativa de experiências imersivas que envolvam novas metodologias e novas linguagens digitais, a seguir apresenta-se a experiência da oficina “Design Thinking para o Mercado Editorial”, desenvolvida com estudantes do curso de Jornalismo de uma instituição privada de ensino, no segundo semestre de 2020, no âmbito de Projetos Integradores.

Design Thinking no Ensino Superior para novas práticas pedagógicas

Considerando o contexto da pandemia da covid-19 e os desafios da aprendizagem, especialmente no Ensino Superior, dada a necessidade de uma ação docente que mobilizasse a participação dos estudantes para além da participação passiva nas aulas virtuais, motivando a interação e a participação ativa dos estudantes, a oficina “Design Thinking para o Mercado Editorial” foi sistematizada e realizada no 2º. Semestre de 2020, em formato digital e com encontros on-line síncronos e atividades assíncronas para estudantes de diversas etapas do curso de Jornalismo.

A proposta aconteceu no âmbito de Projetos Integradores, com carga de 35 horas e contou com a participação de 17 estudantes, em sua maioria cursando da primeira a terceira etapa. A adesão foi livre e feita por meio de formulário de inscrição sistematizado e divulgado pela instituição contendo a proposta da oficina. Foram realizados sete encontros síncronos de cinquenta minutos e os estudantes se organizaram em sete grupos de trabalho.

O objetivo da oficina foi propor uma experiência metacognitiva na qual os estudantes fariam uma imersão na abordagem do *Design Thinking*, ao mesmo tempo em que utilizariam os pressupostos desta mesma abordagem para a criação de produtos editoriais inovadores, tendo como foco a identificação da caracterização do seu público-alvo e da descoberta de suas necessidades.

Como suporte para a experiência que se realizou totalmente on-line foi utilizada a plataforma *Microsoft TEAMS* de videoconferência para os encontros síncronos e a plataforma interativa para o desenvolvimento das ações e a vivência da oficina foi o Miro. Esta última teve um ambiente (*board*) criado exclusivamente para a proposta da oficina.

A metodologia da oficina foi desenvolvida a partir das fases do *Design Thinking*, a saber: empatia, definição, ideação, prototipação e testagem, inspiradas nas ferramentas práticas propostas por Alex Ostewalder (2014), na busca de identificação e construção de propostas inovadoras para a produção de produtos e serviços. Com vistas a desenvolver competências e habilidades para a geração de ideias inovadoras e solução de problemas complexos foram utilizadas as seguintes ferramentas: Mapa da Empatia, Criação da Pessoa, Mapa de Valor e Perfil do Cliente (Canvas da Proposta de Valor) e Feature Canvas.

Como síntese de conhecimento e articulação teoria e prática, os estudantes apresentam – como prototipação e testagem – seu produto editorial, utilizando as ferramentas e recursos disponíveis na plataforma digital. Como resultado, três grupos realizaram todas as etapas da metodologia e apresentaram seu produto editorial.

A seguir, apresenta-se o desenvolvimento da metodologia, a análise e a discussão dos resultados da experiência.

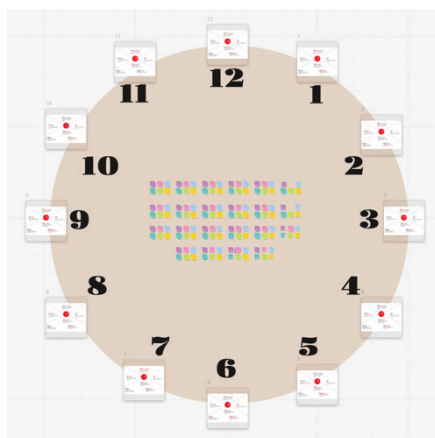
Design Thinking no Ensino Superior: uma experiência imersiva on-line

A apropriação da abordagem do Design Thinking em contextos educacionais, especialmente no Ensino Superior traz novas

possibilidades de repensar caminhos formativos e rompe - no caso da experiência com o curso de Jornalismo – com rotinas de produção comuns a esta área, e se apresenta como uma proposta pedagógica e metodologia inovadora. Ainda, amplia sua potência ao aliar linguagens digitais e plataforma interativa, propiciando uma experiência imersiva com vistas ao desenvolvimento de habilidades e competências digitais importantes para a formação profissional.

Neste contexto os estudantes estão acostumados a idealizar um produto editorial antes de identificar o seu público-alvo, a metodologia inverte a proposta e coloca-os para identificar, a partir de um problema, qual é a solução e qual é o melhor produto. Por meio das cinco fases do *Design Thinking*, os estudantes experimentam de forma imersiva a abordagem, ao mesmo tempo em que se utilizam das ferramentas para realizar a sua produção. Vejamos a seguir as cinco fases da experiência “A hora do Outro”. O ambiente (board) de trabalho remonta um relógio com 12 mesas de trabalho, e teve como finalidade iniciar o processo de empatia dos estudantes, provocando-os a pensar a partir do olhar do outro.

Figura 3 – “A hora do Outro” – Board de trabalho no Miro



Fonte: Os autores

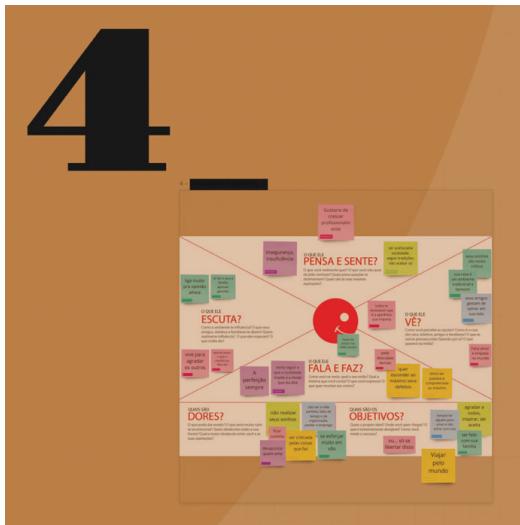
Empatia

Nesta fase a provocação inicial os estudantes foram sensibilizados a pensar sobre como propunham projetos editoriais e da necessidade de conhecer profundamente seu cliente para oferecer um produto que seja adequado à necessidade real que ele tem. Como ferramenta para a sensibilização e desenvolvimento de uma atitude empática utilizou-se duas ferramentas: O Mapa da Empatia e a Criação da Persona.

No Mapa da Empatia foram identificadas características e necessidades do cliente e para a ferramenta Criação da Persona foram realizadas entrevistas com pessoas a partir do perfil identificado para criar um personagem que sintetizasse ou representasse o público indicado.

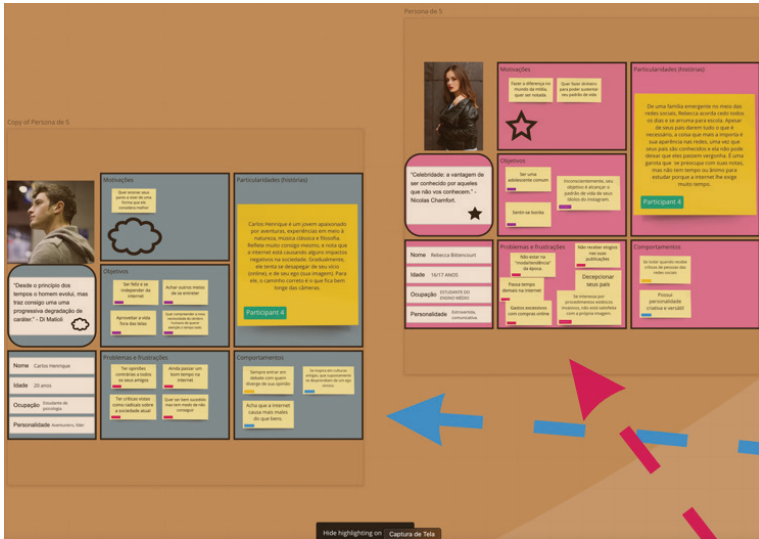
Percebe-se que o processo de empatia é realizado primeiramente com os estudantes para que percebam e vivenciem a importância da fase e, em seguida, são convidados a fazer o mesmo percurso.

Figura 4 – Exemplo de Mapa da Empatia – mesa (“hora”) 4



Fonte: Os autores

Figura 5 – Exemplo de Construção da Persona – mesa (“hora”) 5



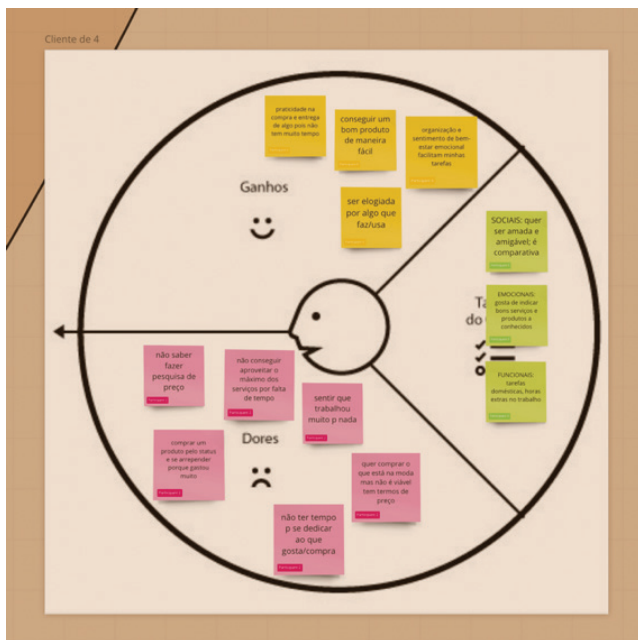
Fonte: Os autores

Percebe-se nas figuras 4 e 5 como o uso da plataforma digital auxilia na construção das ferramentas, uma vez que os recursos visuais são utilizados, bem como imagens, formatos e possibilidades audiovisuais que permitem excelentes interações e materialização das ideias e ações realizadas. Os resultados foram considerados exitosos, já que os estudantes foram sensibilizados quando ao seu público-alvo e avançaram para a fase seguinte.

Definição

Esta fase envolveu definir o perfil do seu cliente, identificando as principais “dores”. E “ganhos” e as “tarefas” a serem executadas. Foi definido o foco de atuação de cada grupo.

Figura 6 – Exemplo de definição do perfil do cliente – mesa (“hora”) 4



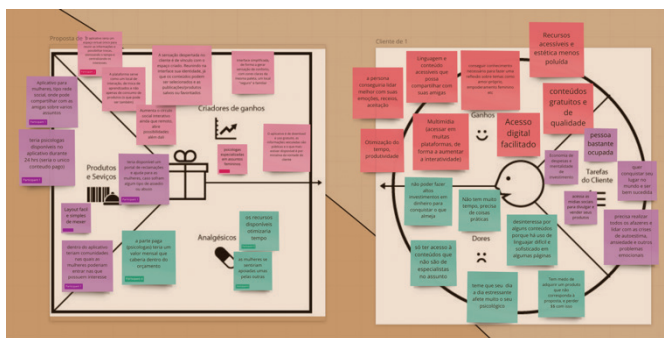
Fonte: Os autores

Observa-se que, durante o encontro síncrono, os estudantes não apenas vivenciam a metodologia, mas também utilizam a ferramenta na elaboração de seus projetos inovadores. Essa ferramenta permite que todos os alunos colaborem simultaneamente no mesmo quadro e, a cada sessão, expandam suas experiências.

Ideação

Nesta fase a criatividade é o foco e a geração do maior número de ideias. São exploradas as principais ideias e os estudantes trabalham na proposta de valor e estabelecem conexões com a etapa anterior, constituindo então o “Canvas da Proposta de Valor”.

Figura 7 – Canvas da Proposta de valor – mesa (“hora”) 5



Fonte: Os autores

Percebe-se nesta fase o estabelecimento das relações entre as necessidades e as soluções, o que demonstra a efetividade da metodologia junto aos estudantes que avançam em seu propósito e identifica-se, ainda, como o ambiente virtual permite a apropriação dos recursos para organização da ferramenta, bem como cada “mesa de trabalho” vai construindo seu repertório fase a fase. Nesta etapa os estudantes reforçam a potência da metodologia e das ferramentas digitais que permitem o desenvolvimento do pensamento visual, bem como a identificação sobre como a própria percepção sobre o produto foi modificada durante o processo. A partir daí definem o produto e partem para a prototipação que é a penúltima fase da metodologia DT.

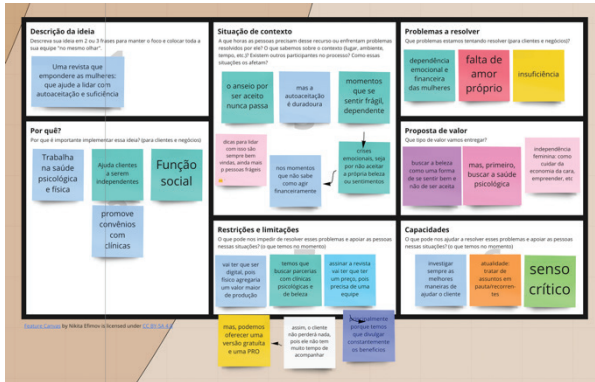
Prototipação

A definição dos produtos editoriais já foi realizada e os estudantes se mobilizam para concretizar a sua ideia. Para tanto, utilizam a ferramenta *Feature Canvas*, que permite sintetizar o produto e realizar a prototipação, que nesta proposta, culminou com a entrega final.

No exemplo da figura 8 é possível identificar como a organizar do pensamento visual, bem como o atendimento das etapas de cada fase culmina numa estrutura organizada e pronta para a prototipação. Nesse sentido, também o ambiente virtual permite uma organização da documentação, bem como o registro digital de

cada etapa, possibilitando a visualização do processo inteiro, bem como, revistar etapas para aprimoramento da solução. Além disso o ambiente está acessível via web, o que facilita seu uso em qualquer tempo e em qualquer lugar.

Figura 8 – Feature Canvas – mesa (“hora”) 4



Fonte: Os autores

Testagem

Considerando o contexto escolar e os objetivos da proposta esta fase foi adaptada, uma vez que não foi possível testar os produtos para verificação de falhas ou melhorias necessárias. A proposta metodológica em si poderia ser considerada como uma experiência prototipada. Contudo, a apresentação dos trabalhos e os feedbacks aos projetos forneceu elementos para o aprimoramento e revisão dos produtos, uma vez que o projeto integrador consistia justamente em apresentar protótipos dos produtos.

Para o reconhecimento da metodologia em termos pedagógicos, os resultados dos projetos foram muito positivos e o feedback dos estudantes sobre a dinâmica permitiu concluir sua potencia e identificar pontos de ajustes para novas possibilidades de uso da metodologia ou novas edições do projeto integrador.

Dentre os grupos de trabalho que iniciaram a proposta somente três finalizaram todas as etapas, cujos produtos foram: Projeto

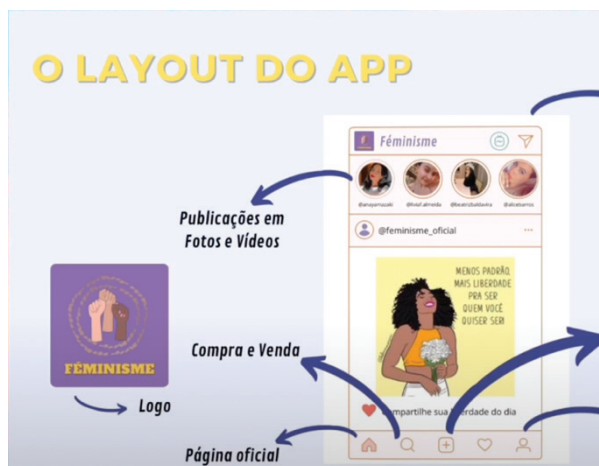
Belas Dicas (revista em formato *Instagram* para o público feminino); Projeto Aplicativo Féminisme (aplicativo para compartilhar experiências e vivências e apoio ao empreendedorismo feminino) e Projeto Libre Vida Minha (canal no *Instagram*, página no Facebook e canal do Tik tok para apoio a pessoas com transtornos psicológicos).

Figura 9 –Projeto Belas Dicas Vista – mesa (“hora”) 4



Fonte: Os autores

Figura 10 – Projeto Aplicativo Féminisme – mesa (“hora”) 7



Fonte: Os autores

Figura 11 – Projeto Livre Vida Minha – mesa (“hora”) 1



Fonte: Os autores

Vale destacar que a produção dos estudantes revelou, ainda, uma apropriação de linguagens digitais e que os produtos se referem a mídias de comunicação importantes para a atuação profissional e que são ressignificadas enquanto resultado acadêmico das produções no processo de formação universitária. Identificou-se criatividade e motivação para o desenvolvimento da oficina e os resultados do produto final.

Os trabalhos respondem às expectativas dos objetivos de aprendizagem e a experiência foi considerada exitosa, uma vez que a combinação entre a abordagem metodológica e a ferramenta digital permitiu a ampliação das possibilidades de desenvolvimento de projetos inovadores, especialmente em função da intencionalidade pedagógica que mobilizou novos saberes nos estudantes, mas também nos docentes que realizaram a proposta.

Considerações finais

A discussão acerca de novas possibilidades metodologias e a construção de saberes docentes são essenciais para responder a demandas da sociedade contemporânea. Compreender novos caminhos de aprender e ensinar, implica em desenvolver novas com-

petências e saberes docentes para mobilizar o desenvolvimento de novas competências também nos estudantes. No Ensino Superior é um grande desafio que envolve a compreensão e apropriação de novas metodologias e de novas linguagens, especialmente a digital, para mobilizar tais aprendizagens, mais condizentes com o perfil do ano e com os cenários emergentes e complexos da sociedade.

Este trabalho apresentou e analisou uma experiência exitosa do uso de *Design Thinking* como abordagem metodológica, aliado a uma ferramenta digital, com vistas a proporcionar experiências significativas de estudantes de um curso de Jornalismo, em ambiente de aprendizagem digital. Buscou discutir a necessidade de renovação das práticas pedagógicas com vistas a mobilização do estudante para o desenvolvimento do pensamento crítico, da criatividade e de problemas da sociedade.

Cabe, contudo, ressaltar que a experiência embora tenha sido exitosa, com trabalhos concluídos de excelente qualidade e que atenderam aos objetivos pedagógicos, identificou-se que 42% dos estudantes finalizaram a proposta. De um lado pode-se considerar um número relevante, já que a adesão à proposta foi livre, enquanto um projeto integrador. Por outro lado, dado a dinamicidade da proposta e da facilidade de acesso, por ser on-line, destaca-se a necessidade de verificação quanto ao tempo de realização da proposta e pequenos ajustes para aprimorar a experiência dos estudantes e a proposição a fim de que a evasão seja reduzida. Independente de tais fatores, considera-se que a proposta foi atendida em seus aspectos pedagógicos e foi inovadora, uma vez que houve ampliação da apropriação de linguagens digitais, o desenvolvimento da criatividade dos estudantes e materialização das ideias desenvolvidas, essenciais para a formação do público universitário.

A experiência da Oficina “Design Thinking para o Mercado Editorial” traz elementos inspiradores para a apropriação e uso da abordagem metodológica, bem como demonstra a efetividade de propostas destas naturezas junto aos estudantes. Há de se destacar que os projetos finalizados foram feitos pelos alunos das primeiras

etapas do curso, ou seja, ingressantes, que demonstraram apropriação dos conceitos, da proposta e da metodologia, bem como amplo engajamento, uma vez que para estes não havia experiências anteriores no desenvolvimento de projetos no curso de Jornalismo.

Referências

BRITO, Gláucia da Silva; PURIFICAÇÃO, Ivonélia da. **Educação e novas tecnologias: um (re)pensar**. Curitiba: Curitiba: Intersaberes, 2015.

CAVALCANTI, Carolina Costa; FILATRO, Andreia. **Design Thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo: Saraiva, 2016.

DEWEY, John. **Democracy and education**. New York: The Free Press, 1944.

LEMONS, André. **Cibercultura como território recombina**nte. In: Trivinho & Cazeloto (orgs). *A Cibercultura e seu espelho*. São Paulo: ABCiber, 2009, p. 38-46.

LOPES, Ana Lúcia de Souza; LOPES, Marcelo José Abreu. **O desenvolvimento de projetos inovadores com o uso da metodologia do Design Thinking em um ambiente digital de aprendizagem**. *Revista Foco*, 16(02), p. 1-18, 2023. Disponível em: e901. <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v16n2-043>. Acesso em: 18 ago. 2024.

MIL, D. **Escritos sobre educação: desafios e possibilidades para ensinar e aprender com as tecnologias emergentes**. São Paulo: Paulus, 2013.

MORAN, José. **Metodologias ativas para uma aprendizagem mais profunda**. In: Bacich & Moran (orgs). *Metodologias ativas para uma educação inovadora*, 2018, p.02-25.

OLIVEIRA, A. **A contribuição do *design thinking* na educação**. *E-Tech: Tecnologias para competitividade industrial*. Florianópolis: n. Especial Educação, 2014/2, p. 104-121.

OSTERWALDER, A. [et al]. **Value Proposition Design: como construir propostas de valor inovadoras**. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

PÉREZ GOMEZ, Ángel. **Educação na Era Digital: a escola educativa**. Tradução Marisa Guedes. Porto Alegre: Penso, 2015.

TARDIF, M. **Saberes docentes na formação profissional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

VIANNA, M. [et al]. **Design Thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.