

Aplicando a Empatia na Melhoria da Coletividade: um relato de experiência de aplicação do Design Thinking ¹

Gisele Baumgarten ROSUMEK²
Centro Universitário Sociesc de Blumenau, SC

RESUMO

O Projeto Interdisciplinar objetivou articular a teoria com a prática dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, desenvolvendo produtos de comunicação a partir de situações e problemas atuais. Para execução, foi aplicada a metodologia ativa o *Design Thinking*. O processo desenvolvido no decorrer do semestre é relatado neste estudo e resultou em diversos projetos: “Laço para a Vida”, evento e documentário sobre a Rede Feminina de Combate ao Câncer; Campanha incentivando o respeito e empatia pelos indivíduos LGBT e suas relações com a religiosidade; Intervenção e documentário tratando da equidade para pessoas com deficiência; Projeto “Para onde vai você?”, de carona compartilhada a pé; Campanha “Eu, Tu, Ele; Nós, Vós, Eles”, sobre atitudes que melhoram o transporte coletivo; Vídeo motivacional para apoio às vítimas de violência sexual; Campanha “Você me Ajuda?”, para combate ao *Bullying*.

PALAVRAS-CHAVE: educação em comunicação; práticas educativas; metodologias ativas; design thinking; empatia.

1. INTRODUÇÃO

A disciplina intitulada Projeto Interdisciplinar visava integrar os assuntos das diferentes disciplinas do 2º semestre dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Assim, como Eixo Temático, foram incluídas as disciplinas Ética Política e Cidadania, Semiótica/Estudos da Linguagem e Legislação Publicitária/Legislação em Jornalismo. O Projeto Interdisciplinar tem, como principais objetivos: (a) articular a teoria com a prática, proporcionando experiências relacionadas à atuação profissional e à vida social; (b) incentivar a contextualização de situações problemas atuais e de relevância na comunicação social, refletindo sobre eles de diferentes pontos de vista; (c) desenvolver, com apoio dos conteúdos das disciplinas do eixo temático, produtos de comunicação relacionados ao tema transversal.

Para chegar ao Tema Transversal, buscava-se trabalhar com os estudantes questões sociais que estivessem próximas deles e que os incomodassem de alguma forma.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UniSociesc de Blumenau, e-mail: gisele.baumgarten@gmail.com.br.

Essa foi uma das diretrizes norteadoras do trabalho: em vez de um tema geral para toda a turma, cada equipe selecionaria algo que tivesse um impacto próximo a eles. Entende-se que os problemas próximos incentivariam um maior engajamento em prol do projeto, o que realmente veio a se concretizar com o desenvolvimento do processo e em decorrência da metodologia adotada. Como orientação geral, todos os trabalhos deveriam ter um ponto em comum: abordar o tema escolhido pela equipe usando a Empatia. Para Krznicaric (2015, p.10), “empatia é a arte de se colocar no lugar do outro por meio da imaginação, compreendendo seus sentimentos e perspectivas e usando essa compreensão para guiar as próprias ações”. O autor diz que a empatia tem o poder de transformar as nossas vidas e de promover profundas mudanças sociais. Ele acredita que a empatia pode gerar uma revolução nas relações humanas, transpor as divisões sociais e alterar os contornos da paisagem social e política, crença compartilhada pelos professores envolvidos no Projeto. Então, as diferentes problemáticas escolhidas por cada equipe deveriam ser trabalhadas, no produto de comunicação final, de forma leve e amigável, despertando as pessoas para as atitudes boas, sem utilizar o choque ou o desconforto como estratégia persuasiva.

A metodologia escolhida para desenvolvimento do projeto foi o *Design Thinking*. Justifica-se o uso desta proposta pois a sociedade atual é permeada pela transformação digital, decorrente da quarta revolução industrial e da sociedade da informação (SILVA, 2018), impulsionando mudanças nas organizações e requerendo novas competências dos profissionais, com conhecimentos, habilidades e atitudes diferentes de épocas anteriores. Diante deste cenário, há a necessidade de desenvolver situações em que os alunos possam participar ativamente na resolução de problemas relacionados aos seus campos de estudo (ZABALA, 1998). Desta forma, Camargo e Daros (2018) consideram que as Metodologias Ativas de Aprendizagem se mostram como uma possibilidade para atender às demandas e desafios da educação atual.

A aplicação do *Design Thinking* é tida como uma possibilidade de realizar a transferência do conhecimento centrado na disciplina para um conhecimento estruturado em problemáticas. Desta maneira, o *Design Thinking* pode ser utilizado como uma forma de motivar a aprendizagem de adultos, já que, como metodologia ativa, coloca o aluno como protagonista, interagindo com outros alunos, para aprender de modo colaborativo (CAMARGO E DAROS, 2018). A colaboração é, assim, um dos princípios que norteia o *design thinking*, tomando este como um processo que auxilia na resolução de problemas

complexos, sendo desenvolvido de forma colaborativa e centrado no ser humano (VIANNA ET. AL, 2012).

2 .DESENVOLVIMENTO

O processo de *Design Thinking* possui algumas etapas, podendo ter algumas variações entre os autores quanto à nomenclatura destas etapas e existência de etapas intermediárias ou sub etapas. Por exemplo Brown (2010), trata do assunto com o que ele chama de espaços: (a) Inspiração, onde se coleta todo tipo de informação; (b) Idealização, em que se buscam conexões entre estas informações buscando gerar novas ideias; e (c) Implementação, onde as ideias geradas são aplicadas. Vianna et. al. (2012), por sua vez, acrescentam fases intermediárias de Análise e Síntese e a Prototipagem – esta última também presente em Brown (2010), mas dentro da Implementação, destacando-se que este último autor não descreve um processo de forma linear ou rígida, reiterando que os espaços que podem ocorrer de forma não-sequencial ou até sobreposta.

Para o desenvolvimento do Projeto Interdisciplinar aqui descrito, foi adotada a metodologia na versão *Design Thinking* para Educadores (IDEO; RIVERDALE, 2013), que buscou adequar a abordagem do *Design Thinking* aos desafios cotidianos que os educadores enfrentam. Foi originalmente desenvolvida pela IDEO em 2012 em parceria com o colégio americano Riverdale, e adaptada para o Brasil em 2013 pelo Instituto Educadigital. Esta versão propõe que a etapa de Inspiração é desdobrada em Descoberta e Interpretação; a etapa de Idealização é renomeada como Ideação e destaca em separado a Experimentação (prototipagem); e a etapa de Implementação é rebatizada de Evolução.

Alguns ajustes foram efetuados para adequar a metodologia *Design Thinking* para Educadores à proposta de trabalho interdisciplinar de graduação e ao tempo disponível de um semestre letivo. Assim, as atividades desenvolvidas em sala de aula e fora dela estão detalhadas a seguir.

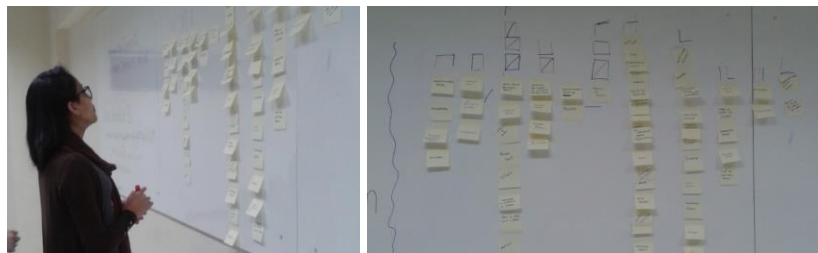
2.1 Etapa Zero: Definindo um Desafio

O primeiro passo do *Design Thinking* para Educadores é listar todos os possíveis problemas ou coisas sobre as quais se deseja atuar. Assim, na primeira aula, foi proposto o seguinte questionamento aos estudantes: “Que problemas sociais têm chamado atenção e/ou incomodado vocês atualmente?”.

Primeiro os alunos deveriam fazer uma lista individual, no próprio caderno (*brainwriting*). Em seguida foram divididos em grupos mediante sorteio, o que reduziria o pensamento grupal (tendência de concordância sem discussão que ocorre em grupos muito coesos). Os grupos deveriam no primeiro momento compartilhar e discutir seus anseios, para depois observar as semelhanças e diferenças de pensamentos entre eles. Em seguida, refletir sobre quais destes temas levantados permitiriam trabalhar alguma conscientização por meio da comunicação. Finalmente, os grupos anotaram cada problema levantado em um *post-it* e colaram no quadro.

Na segunda etapa de primeira aula a professora leu todas as problemáticas levantadas e coladas no quadro, esclarecendo-as na plenária junto com as equipes. Os temas em comum foram agrupados (na lógica de mapa de afinidade) e algumas novas ideias foram acrescentadas por sugestões da turma. Por fim, cada aluno votou em uma ou mais problemáticas considerando como critério as que considerasse mais relevantes ou com a qual gostaria de trabalhar.

Figura 1: Votação nos temas do trabalho



Fonte: acervo da autora.

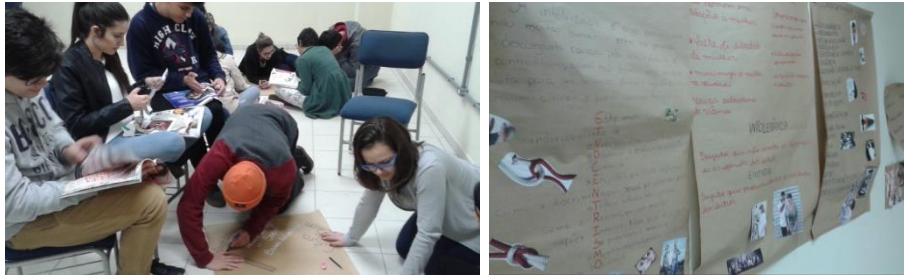
Como resultado, as principais problemáticas levantadas pela turma foram: assédio sexual, machismo, culpar a vítima, impunidade; homofobia, discriminação por gênero, xenofobia, discriminação por etnia, racismo, etnocentrismo; extremismo, intolerância religiosa e cultural, modelos sociais “corretos”, *bullying*; discriminação social, sustentabilidade, abandono, justificativa para erros, assumir responsabilidade por seus atos, julgamentos, pré-conceitos; dificuldades das pessoas com deficiência, idosos e outras doenças.

2.2 Etapa Um: Descoberta / interpretação / inspiração

Na segunda aula, os alunos foram divididos em equipes entre 5 e 7 integrantes, que trabalhariam juntos até o final do semestre. As equipes começaram por entender um

pouco mais cada um dos assuntos mais votados. Havia ficado como tarefa, na aula anterior, realizar um levantamento prévio em livros, revistas e internet. Nesta aula, os grupos montaram painéis (figura 2) expondo o que a equipe já sabia sobre os temas, bem como suas possíveis causas e consequências.

Figura 2: Conhecimentos prévios sobre o tema



Fonte: acervo da autora.

Até este momento as equipes ainda não haviam escolhido um tema em específico para ser trabalhado. Era o momento de criar o maior número possível de opções, utilizando o pensamento divergente. A alternância entre os modos de pensamento convergente e divergente é uma das características do *Design Thinking* (MARTIN, 2010; BROWN, 2010; VIANNA ET. AL., 2012). O pensamento Convergente é tratado como um pensamento lógico e racional, enquanto o Divergente é o pensamento dito criativo. Em um processo de *design thinking* alternam-se as fases divergente e convergente em um fluxo contínuo. Enquanto o pensamento lateral-divergente gera novas ideias e abordagens, o vertical-convergente ocupa-se das decisões e ações.

Após a montagem e apresentação dos painéis, observando as diversas facetas de cada tema, as equipes debateram suas opções e puderam convergir selecionando um tema para ser trabalhado. Os temas escolhidos, respectivamente, foram: (a) Câncer de mama; (b) Gênero x religião; (c) Pessoas com deficiência; (d) Cidadania rumo ao bem coletivo; (e) Violência sexual; (f) *Bullying*.

O passo seguinte foi a preparação de uma pesquisa de campo, visando coletar informações e inspirações sobre o tema escolhido. Vianna et. al. (2012) destacam a importância deste passo, sugerindo a observação sobre o problema e a busca de informações que auxiliem na sua resolução. Por exemplo, o comportamento das pessoas, observado ao “mergulhar no contexto”, pode dar muito mais dicas do que restringir-se um questionário ou a um grupo de foco. Brown (2010) sugere que sejam pesquisadas

também pessoas que se caracterizam como usuários extremos, diferentes do padrão tradicional. Este campo realizou-se em quatro fases:

- a) Aprender com especialistas: os alunos elaboraram um roteiro semiestruturado e efetuaram conversas com professores de filosofia e sociologia, profissionais de psicologia, profissionais de serviço social, médicos, advogados e representantes de igrejas e representantes de ONGs.
- b) Aprender com os usuários: os alunos conversaram com as pessoas diretamente afetadas pela situação problema e com outras pessoas envolvidas, como os pais e irmãos. Foram trazidos depoimentos de mulheres que sofreram abuso sexual, tanto na infância como na vida adulta; de pessoas que são cuidadoras de parentes próximos com deficiência física e cognitiva; de mulheres com câncer de mama e de seus filhos; de moradores de rua e dependentes químicos; pessoas que sofreram com xenofobia por parte dos habitantes de Blumenau quando recém se mudaram para a cidade; entre outros.
- c) Mergulhar no contexto: para complementar as informações obtidas na fase b cada equipe realizou uma vivência, acompanhando os usuários em um dia em sua vida, buscando experienciar a situação problema. Para isto, algumas equipes efetuaram uma observação participante, outras fizeram uma simulação da situação problema para ‘sentir na própria pele’.
- d) Procurar inspiração em ambientes semelhantes: os alunos pesquisaram na internet outras ações de comunicação que estivessem relacionadas ao mesmo problema, ou que envolvessem o mesmo público com o que estavam trabalhando. Foi montado um grande painel (figura 3) juntando as inspirações de todos os grupos, para servir como referência, aproveitando a técnica de Pensamento Visual.

Figura 3: Parte de um dos painéis visuais com ações de comunicação semelhantes



Fonte: acervo da autora.

Ao percorrerem estas fases, que foram realizadas no intervalo de 5 semanas, considera-se que os alunos puderam mergulhar no problema de forma intensiva. Em cada uma destas quatro fases as equipes compartilharam suas descobertas com o restante da turma. Após cada rodada de apresentação, os grupos se reuniam buscando ligações entre as informações presentes nas histórias, procurando insights em informações que surpreenderam e despertaram a atenção, mesmo que não fossem diretamente relacionadas ao tema escolhido pela equipe.

2.3 Etapa Dois: Ideação

Após a etapa de Descoberta, e fazendo a interpretação dos resultados (Análise e Síntese), em que ampliaram seu repertório quanto problema escolhido por suas respectivas equipes, deu-se início à etapa de geração de ideias. Essa etapa retoma o pensamento divergente, seguindo o fluxo de duplo diamante característico do *design thinking* (alternância das fases divergente e convergente).

A técnica utilizada nesta etapa foi o *Brainstorming*, termo traduzido como tempestade de ideias. A técnica, já muito utilizada nos cursos de Comunicação, é usada para “estimular a geração de uma grande quantidade de ideias em um curto espaço de tempo” (VIANNA ET AL, 2012, p.101), geralmente realizada em grupo e conduzida por um facilitador. Os alunos foram instruídos quanto a algumas regras desta técnica, como obter a qualidade por meio da quantidade, evitar julgar as ideias de antemão, ideias ousadas são bem-vindas e combinar e aprimorar as ideias (VIANNA ET AL, 2012).

Após cerca de uma hora trabalhando na geração do maior número possível de ideias, fez-se um intervalo e alternou-se para a fase convergente. Nesta, foi feita a seleção das ideias que teriam maior potencial para serem desenvolvidas e prototipadas. A sugestão dada pela professora foi que o critério de seleção fosse da ideia que tivesse obtido mais ‘animação’ por parte do grupo, seguindo a metodologia da IDEO, desde que pudesse ser executada no prazo possível. Como as turmas estavam no 2º semestre, foi necessária uma limitação nas possibilidades de produtos de comunicação para que fosse possível executar e acompanhar o desenvolvimento de todos. O produto deveria ser escolhido dentre uma lista de opções: grande reportagem impressa; projeto de *blog*, reportagem em vídeo, série fotográfica, campanha em *outdoor*, projeto de

ação/intervenção em um local específico (dentro da instituição ou espaço público). A etapa 2 completa durou uma aula.

2.4 Etapa Três: Experimentação

Duas semanas após a seleção da ideia, os alunos deveriam trazer um Protótipo, que segundo Vianna et. et. (2012) é uma maneira de tangibilizar a ideia, buscando trazê-la para a realidade e permitindo que seja testada para avaliar sua possibilidade de sucesso na prática. Conforme o produto de comunicação escolhido pela equipe, o protótipo poderia ser um *storyboard*, uma encenação, um esboço de anúncio ou uma maquete.

Foi reforçado aos alunos que o protótipo é um esboço rudimentar e não deve demandar tempo excessivo em sua elaboração. Quanto mais recursos humanos, financeiros e de tempo forem investidos em uma ideia, mais as pessoas tendem a se apegar a ela, fechando-se para outras possibilidades (BROWN, 2010).

Na data marcada, cada equipe fez a apresentação do seu protótipo para o restante da turma, visando obtenção de *feedbacks*, de opiniões sobre eles. Nesta apresentação foram convidados alunos veteranos (6º e 8º semestres) para darem sua opinião e auxiliarem as equipes com dicas do que poderia ou não dar certo. Esta troca de experiências foi bastante proveitosa, motivando os calouros e fazendo os veteranos sentirem-se ‘padrinhos’ das ideias. Martin (2010) recomenda fazer iterações, ou seja, ao obter feedback sobre o protótipo, aperfeiçoá-lo e, caso necessário, repetir o processo. Assim, cada equipe tomou nota de todos os comentários, fossem eles pontos positivos ou de melhoria, para depois decidir quais mudanças seriam efetuadas. Assim, puderam repensar, refinar e até, em um dos casos, mudar sua ideia.

2.5 Etapa Quatro: Evolução / implementação

Na aula seguinte às apresentações dos Protótipos, as equipes fizeram o refinamento de suas ideias a partir dos *feedbacks*. Depois, elaboraram um plano de ação para desenvolvimento e execução da ideia, definindo as pessoas e materiais necessários, as tarefas a serem executadas e os responsáveis para cada tarefa, bem como um cronograma para execução do trabalho. Em cada aula era feito o acompanhamento de cada equipe, solucionando as principais dúvidas técnicas com relação à produção dos materiais. Outros recursos utilizados como apoio foram o laboratório de informática,

estúdio de foto e vídeo, laboratório de áudio e monitora de audiovisual. A apresentação dos produtos finais em banca foi efetuada cerca de 45 dias depois.

3. RESULTADOS

O processo descrito até aqui resultou em sete projetos bastante consistentes, superando as expectativas em relação ao esperado para o 2º semestre de curso. Para manter este relatório dentro do número limite de páginas, serão detalhados aqui os três projetos que mais se destacaram. Os outros projetos foram: (a) Campanha “Você me Ajuda?”, com *website* e materiais de apoio no combate ao *Bullying*; (b) Intervenção que resultou em um documentário tratando da equidade para as pessoas com deficiência, propondo que elas sejam vistas pelo que realmente são, como seres de potencialidades e possibilidades, sem limites e sem fronteiras; (c) Vídeo motivacional para apoio no processo de recuperação de vítimas de violência sexual; (d) Campanha em vídeo incentivando o respeito e a empatia pelos indivíduos LGBT em suas relações com os diferentes tipos de religiosidade.

3.1 Evento e documentário “Laço para a Vida”

A equipe escolheu trabalhar a “empatia como cura”, apoiando a Rede Feminina de Combate ao Câncer. Os alunos entraram em contato com a diretoria da Rede na cidade de Blumenau expondo sua proposta. Havia três focos: (1) motivação e autoestima das pacientes em tratamento; (2) divulgação da instituição para obter doações, já que a mesma depende deste tipo de recurso para se sustentar; (3) conscientização da comunidade sobre a existência da Rede e a prevenção do câncer de mama.

Visando o primeiro foco, os alunos realizaram um Café da Tarde, convidando voluntárias e pacientes da Rede. Para materializar o evento, traçaram um projeto para captação de patrocínio de empresas (utilizando os conhecimentos da disciplina Comunicação nas Organizações, que estavam cursando mas não fazia parte do trabalho interdisciplinar). Desta maneira conseguiram apoio para confecção de *banner*, convites, decoração, brindes, café, doces e salgados.

Os alunos escolheram fazer um café inspirados em uma das receitas de felicidade do filósofo grego Epicuro de Samos, que se trata de estar na presença de amigos, principalmente em momentos simples da vida como na hora das refeições. O evento

iniciou com agradecimentos dos alunos sobre a oportunidade de estarem fazendo o trabalho com a Rede, seguido pela apresentação do tema do trabalho, das disciplinas escolhidas e do porque a equipe escolheu a Rede Feminina de Combate ao Câncer.

Após os agradecimentos foi realizada uma dinâmica para descontração, incluindo perguntas sobre livros favoritos, pessoas que elas admiram, uma história de família, etc. Na segunda atividade surgiram esclarecimentos sobre o diagnóstico, tratamento, relação com a família, dificuldades, etc. Segundo a aluna Mariam “a revelação de histórias dessas mulheres nos trouxeram momentos de muito impacto, histórias de superação foram compartilhadas assim como lágrimas e principalmente, muitos sorrisos e esperança”.

Foram realizadas outras atividades de descontração, como brincadeiras de mímica, onde as ganhadoras recebiam brindes. Para a aluna Andyara “essas atividades foram de grande ajuda para o desenvolvimento do projeto, nos ajudaram a realmente desenvolver a empatia, olhar a situação por outro ângulo e realmente sentir sensações que só sentiríamos presenciando-as”.

As cenas captadas durante o evento foram utilizadas no documentário de 7 minutos “Laço para a Vida” (figura 4). Este documentário, apresentando a instituição, visava atender ao segundo e terceiro focos propostos pelos alunos.

Figura 4: Cenas do documentário Laço para a Vida





Fonte: acervo dos alunos.

No documentário também foram incluídos uma entrevista com a presidente da Ong sobre o funcionamento e administração da Rede; entrevista com uma psicóloga sobre a empatia entre os familiares e alguns assuntos referente a parte emocional das pacientes; depoimento de uma ex-paciente sobre sua vivência e vivência e a importância do tratamento, além de outros dados sobre prevenção do câncer de mama.

O relato do aluno Christian transmite a experiência da equipe com o trabalho:

No decorrer do evento e durante as gravações todos ficaram emocionados com as histórias compartilhadas. [...] Tudo o que foi compartilhado lá serviu de exemplo e fez com que nós percebêssemos o quão forte aquelas mulheres se tornaram devido ao câncer. [...] O sentimento de satisfação em estar na presença de mulheres alegres por estarem vivas e bem é algo inexplicável e contagiante. Em inúmeros momentos o ato de se colocar no lugar de outra pessoa veio à tona. Após a gravação do evento, o grupo relatou como se imaginou no lugar de algumas dessas mulheres e no lugar de seus familiares e amigos próximos, sentindo uma grande emoção e carinho por elas. [...].

3.2 Projeto “Para onde vai você?”

Por meio de observações e conversas com alunos de diferentes cursos, a equipe descobriu que a saída das aulas no período noturno era um momento desagradável para muitos estudantes, que tinham medo de assaltos ao se deslocarem para os pontos de ônibus. Havia um longo trecho de caminhada a ser feito e, para evitar que o aluno fosse sozinho, a proposta do projeto foi de criar ‘caronas’ de alunos que pudessem ir juntos até estes locais, aumentando a proteção de todos.

Com a criação de um grupo no aplicativo *WhatsApp* os alunos poderiam combinar um Ponto de Encontro com outros alunos para terem uma companhia para o trajeto. O Ponto de Encontro seria montado no *hall* de entrada, com *puffes* e um *banner* com um mapa das paradas de ônibus mais usadas pelos estudantes. A equipe fotografou todos os pontos de ônibus próximos à instituição e desenhou um mapa com estes locais, que são as opções para quem necessita do transporte público para locomoção, e cada ponto de

parada de ônibus recebeu um nome criativo que será utilizado por aqueles que participarem do grupo no *WhatsApp*.

Além do aumento da segurança, o projeto visava proporcionar mais integração entre os alunos dos diferentes cursos, o surgimento de novas amizades e o sentimento de que a faculdade se preocupa com sua segurança.

3.3 Campanha “Eu, Tu, Ele; Nós, Vós, Eles: Rumo ao bem coletivo”

Os alunos efetuaram entrevistas com usuários do transporte coletivo de Blumenau para reunir informações sobre as principais queixas quanto à prestação do serviço. Uma das queixas mais recorrentes foi em relação ao uso de mochilas nas costas, bloqueando o corredor. Por outro lado, observou-se que poucas pessoas que estão sentadas se oferecem para segurar a bolsa ou mochila de outra durante a viagem. Outra questão levantada foi a falta de bom senso na hora de ocupar os espaços vazios do ônibus, criando aglomerações nas portas, impedindo a passagem de outros usuários. Foram destacados, também, a falta de respeito com idosos, gestantes e demais grupos de pessoas que deveriam ter preferência nos bancos; as bagunças ocasionadas no ônibus pelos adolescentes; e a falta de costume de fazer filas para entrar no veículo, ocasionando empurrões generalizados.

Concluiu-se que pequenas atitudes poderiam ser tomadas ou evitadas a fim de melhorar a convivência e a experiência de uma pessoa ao utilizar o ônibus para se locomover pela cidade. E a tomada de consciência destas pequenas atitudes, visando mudar seu comportamento por um mais solidário, poderia ser feita por meio de uma campanha de comunicação. A partir desta conclusão, e tomando como referência as principais queixas levantadas, a equipe criou três cartazes com temáticas diferentes para serem fixados dentro dos Ônibus (figura 5). Os temas dos cartazes foram: (a) solidariedade com usuários que carregam mochilas ou bolsas pesadas; (b) dar a preferência para os assentos; (c) dar alguns passos adiante evitando aglomeração em partes de fluxo dos ônibus. Cada cartaz recebeu uma ilustração e uma frase relacionada com o tema para chamar a atenção do passageiro para a importância da atitude promovida pela mensagem.

Figura 5: Cartazes de conscientização para serem fixados dentro dos ônibus



Fonte: acervo dos alunos.

A equipe imagina que a campanha possa estabelecer uma relação de empatia coletiva entre os usuários do transporte público.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento do projeto interdisciplinar aqui descrito, o *Design Thinking* afirmou-se como um recurso eficaz para colocar o aluno participando ativamente na resolução de problemas complexos e vivenciando a construção do próprio conhecimento, realizando a transferência do conhecimento centrado na disciplina para um conhecimento estruturado em problemáticas e protagonismo do estudante. Na atual realidade educacional, conectada, colaborativa e interdisciplinar, a adoção do *Design Thinking* como método de aprendizagem ativa e colaborativa permitiu aos alunos grande crescimento como cidadãos, como atestado nos depoimentos dados pelos alunos a respeito da experiência, cujos alguns extratos estão a seguir:

As experiências vividas durante todo o processo até a apresentação final foram muitas. [...] Eu posso dizer que esse trabalho foi o melhor projeto que já participei até hoje, foi preciso coragem e muita força de vontade [...]. As mudanças são muitas, a mais importante é tentar ver o mundo com os olhos do outro, tentar entender que todos temos uma história de vida [...] posso garantir que sou uma pessoa com um olhar diferente sobre o mundo e as pessoas, esse projeto foi incrível e em uma entrevista promocional em meu trabalho tive que citá-lo como uma das coisas mais marcantes em minha vida (aluna Ana Paula S.).

[...] A partir das aulas que envolviam o tema pude formar um raciocínio próprio que hoje faz parte do que eu sou, uma pessoa melhor [...]. Sobre o projeto foi incrível, por que tudo o que aprendemos pôde ser posto em prática. Tivemos a oportunidade de planejar projetos reais para melhorar a vida de outras pessoas [...]. Assim eu simplesmente amei o projeto, amei a oportunidade de poder fazer algo concreto e bom com um potencial imenso de se expandir para muitos outros lugares. Só tenho a agradecer pela experiência! (aluna Eduarda L.)

Em relação à sala e aos professores, houve uma interação enorme, e grande ajuda tanto com a troca de informações dos temas escolhidos, de correr atrás de acontecimentos vivenciados por pessoas, entrevistas, ir diretamente à fonte do assunto [...]. O mais bacana é poder aprender coisas novas, outro ponto de vista, buscar observar o outro lado, o que nós em muitos momentos não praticamos. [...] Para mim, o projeto ajudou a ver não apenas o lado negativo de terminada situação e sim buscar o lado positivo, abrir uma brecha entre os dois e achar uma solução [...] (aluna Larissa S.).

Posso dizer que esse trabalho nos acarretou muitas experiências, com certeza. Foram dias, semanas de pesquisas, de debates e discussões e por fim, as apresentações, que nos emocionaram de tal forma que nos fizeram nos botar no lugar do próximo e refletir sobre a nossa maneira de viver, de valorizar o que temos e as pequenas ações. Posso dizer que atualmente minha forma de pensar mudou por conta dos trabalhos. Preconceitos, receios e etc, deixaram de existir ou ao menos diminuíram. [...] (aluno Gabriel F.).

Desde o começo, até o final foram muitas emoções, muito sentimento envolvido, até por que sentir-se na pele de outra pessoa não é nada fácil. [...] Ouvimos e vivenciamos histórias maravilhosas, nos emocionamos e principalmente, aprendemos com essas histórias. Hoje eu posso afirmar que depois desse estudo e vivências, sou uma pessoa melhor. Enxergo com outros olhos, não mais com o meu, mas com o olhar do próximo. (aluna Narayan G.).

Notou-se que a etapa de coleta de “Inspirações”, especialmente o “mergulhar no contexto”, impactou muito os estudantes, trazendo significado ao aprendizado. Foram trazidos vídeos, depoimentos e compartilhadas histórias e experiências muito fortes, que geraram uma catarse geral na turma. Houve debates sobre diferentes pontos de vista em relação às coisas e ao mundo, cabendo ao professor a mediação e a lembrança, a todo o momento, de que as histórias deveriam ser ouvidas e respeitadas, não cabendo naquele momento julgamentos.

Outro ponto importante observado no comportamental dos estudantes foi a aquisição de uma maior tolerância para com os colegas, respeitando-se e entendendo melhor a visão de mundo de cada um. Desta forma, constatou-se que a opção pela metodologia *Design Thinking* para o desenvolvimento do Projeto Interdisciplinar, aliada ao conceito de empatia que é um de seus pilares, propiciou o desenvolvimento de habilidades como: trabalho em equipe; colaboração; cocriação; autonomia; além de uma visão de princípios éticos, humanos e sociais. Inclusive, algumas das habilidades

socioemocionais que foram desenvolvidas nessa experiência, como empatia, ética, liderança e pensamento crítico são habilidades que estão entre as novas competências para o século XXI (KRAVISKI, 2020), e estão ligadas tanto ao exercício da profissão de Comunicador Social como ao comportamento social e cidadão. Assim, a prática educativa cumpre seu papel de participar da formação integral do ser humano, para além de uma visão centrada em conteúdos (ZABALA, 1998).

Outra nota a destacar é que foi relatada aqui uma experiência ocorrida no período antes da pandemia iniciada em 2020, portanto, usando recursos predominantemente analógicos: painéis, *post its*, recorte e colagem, *sketches*, entre outros que são recursos facilitadores da colaboração síncrona e do pensamento visual. Todavia, com a aceleração da digitalização no ensino (KRAVISKI, 2020), há ferramentas online e com muitos recursos gratuitos que apoiam a aplicação do Design Thinking na educação, como o Miro, GoogleJamboard, Padlet, Mindmeister, entre outros. Por fim, a autora agradece especialmente aos professores das demais disciplinas que contribuíram com o projeto.

REFERÊNCIAS

- BROWN, Tim. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CAMARGO, F.; DAROS, T. **A sala de aula inovadora**: estratégias pedagógicas para fomentar o aprendizado ativo. Porto Alegre. Penso. 2018.
- IDEO. RIVERDALE. **Design Thinking para Educadores**. Traduzido por Instituto Educadigital. [2013]. Disponível em: < <https://educadigital.org.br/dteducadores/>>. Acesso em: 01 ago. 2021.
- KRAVISKI, Mariane Regina. **Ensino híbrido**. Curitiba: Contentus, 2020.
- KRZNARIC, Roman. **O poder da empatia**: a arte de se colocar no lugar do outro para transformar o mundo. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.
- MARTIN, Roger L. **Design de negócios**: por que o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- SILVA, Nelson. **Transformação Digital, a 4ª Revolução Industrial**. 2018. FGV Energia. Disponível em: <https://fgvenergia.fgv.br/sites/fgvenergia.fgv.br/files/coluna_opinioao_-_transformacao_digital.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2021.
- VIANA, M. et al. **Design thinking**: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.
- ZABALA, Antoni. **A Prática educativa**: como ensinar. Porto Alegre: ArtMed, 1998.