



Metodologia,
ferramentas e
reflexões sobre
o tema

**Design Thinking
& Thinking...**

Design

Adriana Melo & Ricardo Abelheira

© Novatec Editora Ltda. 2015.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9610 de 19/02/1998. É proibida a reprodução desta obra, mesmo parcial, por qualquer processo, sem prévia autorização, por escrito, do autor e da Editora.

Editor: Rubens Prates
Revisão gramatical: Marta Almeida de Sá
Editoração eletrônica: Camila Oliveira
Capa: Adriana Melo
Ilustrações: José Carlos Braga

ISBN: 978-85-7522-453-3

Histórico de impressões:

Setembro/2015 Primeira edição

Novatec Editora Ltda.
Rua Luís Antônio dos Santos 110
02460-000 – São Paulo, SP – Brasil
Tel.: +55 11 2959-6529
Email: novatec@novatec.com.br
Site: www.novatec.com.br
Twitter: twitter.com/novateceditora
Facebook: facebook.com/novatec
LinkedIn: linkedin.com/in/novatec

SUMÁRIO

O QUE É DESIGN THINKING	14
Raízes do design no mundo	17
Origem do termo “design”	18
Profissão e suas especializações	19
Como surgiu o Design Thinking	28
METODOLOGIA E SUAS FERRAMENTAS	32
Fundamento: pensamentos intuitivo e analítico	33
Pilares: empatia, colaboração e experimentação	35
Processo: imersão, cocriação e prototipação	37
Ferramenta 1: pesquisa	39
Ferramenta 2: observação e entrevista	47
Ferramenta 3: netnografia	55
Ferramenta 4: jornada do usuário	63
Ferramenta 5: personas	67
Ferramenta 6: storytelling	73
Ferramenta 7: enquadramento	77
Ferramenta 8: brainstorming	81
Ferramenta 9: mesclai	93
Ferramenta 10: triz para serviços	99
Ferramenta 11: protótipo conduzido pelo usuário	107
Ferramenta 12: testes com usuários	119
Ferramenta 13: protótipo de simulação	125
Ferramenta 14: encenações	131
Ferramenta 15: captura de feedback	135
REFLEXÕES	140
Contexto: presente e futuro	141
Design no Brasil: fatos, dados e argumentos	141
Paralelo com economias mais consolidadas	149
Educação e futuro	152
Novo mundo	153
Design, marketing e antropologia	158
Comportamento do consumidor e neuromarketing	159
Design e antropologia: aspectos socioculturais	162
Design como ferramenta de inovação	168
De onde vem a inovação	168
DNA dos inovadores	170
Formas de inovar e o impacto de cada uma delas	174
Por onde começar?	183
Considerações finais	189