



## COLOCANDO EM PRÁTICA O DESIGN THINKING: ferramentas projetuais para inovar com sucesso

**Diane Mafra Gaebler**

Universidade do Estado de  
Santa Catarina - UDESC  
Florianópolis, Santa Catarina,  
Brasil  
daygaebler@gmail.com

**Célio Teodorico dos Santos**

Universidade do Estado de Santa  
Catarina - UDESC  
Florianópolis, Santa Catarina,  
Brasil  
celio.teodorico@gmail.com

### RESUMO

Torna-se cada vez mais emergente a necessidade de oferecermos mais do que um produto ao consumidor. Ao adquiri-lo, os usuários desejam uma experiência. O Design Thinking, como um processo de inovação centrado no ser humano abarca esta dimensão da experiência, trazendo aos projetistas uma nova forma de pensar. Este artigo por meio da revisão bibliográfica apresentou as etapas de projeto abordadas pelo Design Thinking, bem como organizou uma série de ferramentas que podem ser utilizadas em cada uma das etapas projetuais deste processo. Como resultado, este estudo apresenta um quadro que relaciona as ferramentas com as etapas projetuais, a fim de contribuir tanto com a academia quanto com os profissionais, na seleção das ferramentas que mais se adequem a seus projetos, evidenciando tanto o caráter prático quanto teórico deste artigo.

### ABSTRACT

It becomes increasingly needed to bring more than one product to the consumer. When it acquires a product, users want an experience. The Design Thinking as a process of innovation focused on the human being includes this dimension of experience, bringing designers a new way of thinking. This paper through the literature review presented the design stages

addressed by Design Thinking, and organizes a series of tools that can be used in each of the projective steps in this process. As a result, this study provides a framework that links the tools with projective steps in order to contribute both with academia as with professionals in the selection the best fit tools to their projects, highlighting the practical and theoretical character of this paper.

**Palavras chaves:** design thinking; processos de design; ferramentas projetuais.

### 1 INTRODUÇÃO

Saímos da Era do Produto para a Era da Experiência. Autores como Brown (2010) [1], Stickdorn e Schneider (2014) [2], de Moraes (2010) [3], IDEO (2011) [4] e Krippendorff (2006) [5] corroboram com uma visão de cenário para a abordagem do Design Thinking aplicada a produtos ou serviços, e do desdobramento de todo o processo de projeto em busca de soluções que tenham significado emocional e funcional para as pessoas. Sendo o Design Thinking um processo de inovação centrado no ser humano e interessado na experiência do usuário, em suas interações com os produtos e serviços, esta metodologia vem ao encontro desta nova mentalidade.

O Design Thinking é uma metodologia prática e criativa para resolução de problemas ou