

REVISÃO BIBLIOMÉTRICA SOBRE: DESIGN THINKING

Elias Fornazari Garcia¹

Resumo: O Design Thinking é uma abordagem inovadora que utiliza método e sensibilidade do design, assim sendo mais uma abordagem para os designers. O objetivo deste trabalho é através da revisão bibliométrica sobre Design Thinking, que é a revisão que coleta dados importantes para saber mais sobre o assunto de Design Thinking, e desta forma saber quais países publicam mais sobre Design Thinking quais anos tiveram mais publicação sobre Design Thinking, assim com estas informações saberemos se Design Thinking é muito pesquisado e estudado, se há muito interesse nesse tipo de assunto ou se os estudos neste tema ainda estão começando. A metodologia foi através da análise bibliométrica utilizando a plataforma Web of Science como fonte de coleta de dados, através de passos podemos elaborar uma metodologia que os resultados e conclusão atendessem o objetivo do trabalho. O resultado foi 1539 artigos publicados desde 1962, sobre o tema Design Thinking e os países que mais publicaram foram China e Austrália. A conclusão é que como Design Thinking depende e foi construído através da tecnologia, logo os estudos por partes dos pesquisadores e melhorar ou avançar estas tecnologias, já vão permitir que Design Thinking evolua, o Design Thinking e o avanço tecnológico evoluem juntos, assim não havendo muita demanda de pesquisas e de artigos publicados sobre Design Thinking.

Palavras-chave: Design Thinking, Design, Revisão Bibliométrica, Designer.

BIBLIOMETRY REVIEW ON: DESIGN THINKING

Abstract: Design Thinking is an innovative approach that uses design method and sensitivity, thus being another approach for designers. The objective of this work is through a bibliometric review on Design Thinking, which is the review that collects important data to learn more about the subject of Design Thinking, and in this way to know which countries publish the most about Design Thinking, which years had the most publications on Design Thinking, so with this information we will know if Design Thinking is much researched and studied, if there is a lot of interest in this type of subject or if studies on this topic are still beginning. The methodology was through bibliometric

1 Graduado em Engenharia de Controle e Automação – UFLA. Mestrando em Engenharia Agrícola – UFLA. Especializando em: Administração, Contabilidade e Finanças – FACUMINAS. E-mail: eliasfornazari@gmail.com

analysis using the Web of Science platform as a source of data collection, through steps we can develop a methodology that the results and conclusion met the objective of the work. The result was 1539 articles published since 1962, on the topic of Design Thinking and the countries that published the most were China and Australia. The conclusion is that as Design Thinking depends on and was built through technology, therefore studies by researchers and improving or advancing these technologies will already allow Design Thinking to evolve, Design Thinking and technological advancement evolve together, so there will be no a lot of demand for research and articles published on Design Thinking.

Keywords: Design Thinking, Design, Bibliometric Review, Designer.

INTRODUÇÃO

Introdução ao Design Thinking

Discussões sobre o método de design não são atuais. Segundo Cross (2007), o pensamento científico do design foi desenvolvido e aprimorado em fases como: design científico, ciência de design e cultura do design. Internacionalmente, O design é conceituado pelo International Council of Societies of Industrial Design (ICSID, 2012) como uma atividade cerne da inovação e das mudanças culturais e econômicas, não se restringindo ao ambiente empresarial.

Para Bahiana (1998, p. 9), “Entende-se por design a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos produtos, de modo a atender às necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a segurança e a satisfação dos usuários”. Por outro lado, o Sistema nacional de aprendizagem industrial (SENAI, 1996) design é uma atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico, com vistas à concepção e desenvolvimento de projetos de objetos e mensagens visuais que equacionem sistematicamente dados ergonômicos, tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e estéticos, que atendam concretamente às necessidades humanas.

Em suma, a ciência de design refere-se a uma abordagem organizada, racional e sistemática, para o desenvolvimento de projetos de novos produtos e serviços (Cross, 2007). Nesse sentido, nota-se a importância do profissional dessa área, que de acordo com Manzini (2008) pode desenvolver papel estratégico no contexto atual.

Para o autor: Mesmo não tendo meios para impor sua própria visão aos outros, possuem:

[...] os instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas e sua aceitabilidade, e, portanto, sobre a atração que novos cenários de bem-estar possam porventura exercer. Seu papel específico [...] é oferecer novas soluções a problemas, sejam velhos ou novos, e propor seus cenários como tema em processos de discussão social,

colaborando na construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis (Manzini, 2008, p. 16).

Com essas alterações e o surgimento de métodos diferentes, aparecem novas discussões sobre os novos modos de projetar, com as características específicas dos métodos de design, o que CROSS (2007) chama de ciência do design. No contexto empresarial o design vem ganhando espaço de modo significativo, e cada vez mais, vem sendo introduzido em atividades corporativas no intuito de gerar maior número de soluções inteligentes e viáveis. O campo do design é parecido com a gestão porque é uma atividade de resolução de problemas que segue um processo sistemático, lógico e ordenado (Mozota, 2003).

Termo Design Thinking

O Design Thinking é notado como uma metodologia de inovação desenvolvido pela D. School, um Instituto da Universidade de Stanford, no vale do Silício na Califórnia. É uma abordagem, uma forma de pensar, e encarar problemas, focada na empatia, colaboração e experimentação (Simon, 1969).

Segundo Brown (2011), Design Thinking, não é um termo recente, entretanto trata-se de uma forma abstrata do modelo que é utilizado pelos designers para consolidação das ideias; seus conceitos podem ser interpretados e utilizados por quaisquer indivíduos interessados e aplicados em uma gama de cenários de negócios. Na ótica de Melo e Abelheira (2015), o termo Design Thinking pode ser definido como:

[...] uma metodologia que aplica ferramentas do design para solucionar problemas complexos. Propõe o equilíbrio entre raciocínio associativo, que alavanca a inovação, e o pensamento analítico, que reduz os riscos. Posiciona as pessoas no centro do processo, do início ao fim, compreendendo a fundo suas necessidades. Requer uma liderança ímpar, com habilidade para criar soluções a partir da troca de ideias entre perfis totalmente distintos (Melo; Abelheira, 2015, p. 15).

Entretanto, entende-se também por Design Thinking, um método que tem comportamento criativo e prático quando utilizado para resolução de gargalos ligados a concepção de projetos, que tem sido investida por diversas organizações. Tudo com o objetivo de buscar implementar inovação nos negócios e/ou processos, por meio dos produtos e serviços (Grando, 2011).

A Revisão bibliométrica tem sido utilizada em várias áreas de conhecimento como metodologia para a obter indicadores de avaliação da produção científica. O principal objetivo da bibliometria é analisar a atividade científica ou técnica pela análise quantitativo das publicações. A pesquisa bibliométrica é realizada através de estudos e análise em bases de

dados bibliográficas, indexadores e resumos, em diretórios e catálogos de títulos de periódicos e em referências e citações. O campo de aplicação da revisão bibliométrica mais frequente: é mais relevante para este trabalho, é a identificação das características quantitativas das temáticas da literatura. A pesquisa bibliométrica acontece através do estudo dos aspectos quantitativos da produção e uso da informação publicada. A importância dos estudos bibliométricos se dá pela necessidade de conhecer e avaliar a produtividade e a qualidade da pesquisa dos atores, permitindo a detecção de modelos de dispersão e padrões de comportamento de citações em sua produção científica. Tais modelos e padrões de comportamento ajudam a entender como o conhecimento científico é difundido e incorporado entre os atores e seus pares, bem como entre o público em geral. Ainda, pode-se afirmar que os estudos bibliométricos têm sido cada vez mais requisitados e utilizados para a quantificação da produção e também para outras finalidades, como identificar grupos e áreas de excelência acadêmica (Ravelli, *et al.*, 2009).

O enfoque de uma revisão bibliométrica

Existem várias formas a partir das quais os dados coletados podem ser tratados. Uma das formas principais é por meio da realização de comparações. Essa comparação pode ser feita entre países, entre bases de dados, entre revistas e entre anos (Blog Núcleo do Conhecimento).

O objetivo deste trabalho é através da revisão bibliométrica sobre Design Thinking, que é a revisão que coleta dados importantes para saber mais sobre o assunto de Design Thinking, e desta forma saber quais países publicam mais sobre Design Thinking quais anos tiveram mais publicação sobre Design Thinking, assim com estas informações saberemos se Design Thinking é muito pesquisado e estudado, se há muito interesse nesse tipo de assunto ou se os estudos neste tema ainda estão começando.

DESENVOLVIMENTO

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. 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).

A importância de uma revisão bibliométrica está em dar um horizonte para novos ou não pesquisadores. Assim demanda uma análise criteriosa sobre este assunto, para nortear e mostrar como este tema é relevante.

METODOLOGIA

A revisão bibliométrica serve para fazer um levantamento sobre o assunto que se queira abordar, este levantamento é através de base de dados que disponibiliza vários dados para que se possa fazer uma análise sobre o assunto pretendido.

O primeiro passo para desenvolver este trabalho é pesquisar sobre o assunto que será abordado, e daí com estas informações pode elaborar a introdução e o desenvolvimento.

O segundo passo é escolher a base de dados que será pesquisada que neste caso será a base de dados Web of Science, pois ela possui diversos artigos de diversas datas, autores, países e revista. A base de dados Web of Science já apresenta quantitativamente os dados para inserir nos gráficos para análise.

O terceiro passo é traduzir o assunto que deve ser abordado para o inglês para que se possa pesquisar o quanto este tema ou assunto é pesquisado em todo mundo, pois se for em português, só apresentará o quanto o assunto é pesquisado nacionalmente e não internacionalmente, e se tratando da base de dados Web of Science ela possui a maioria de seus artigos em inglês, pois não é uma plataforma nacional e sim internacional.

O quarto passo, depois de traduzido e estudado o tema, será realizado as seguintes etapas de acordo com as figuras:

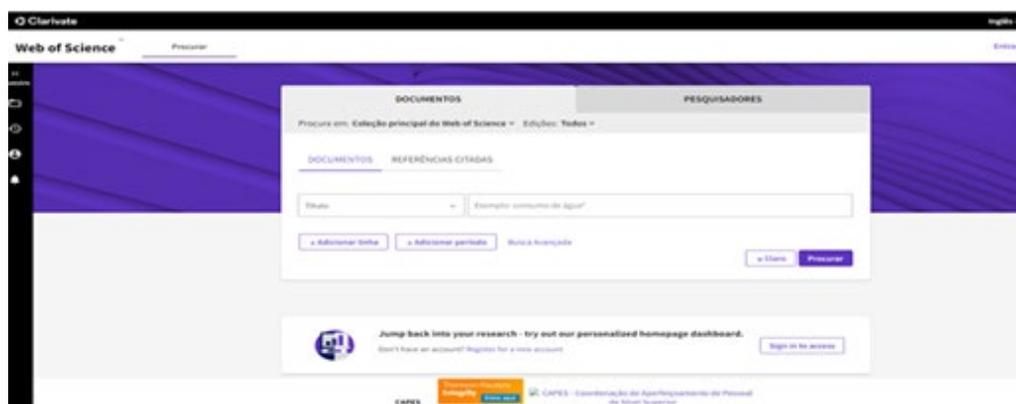
Na Figura 1, mostra o Portal Capes, e nele deve ser clicar no menu Acevo e escolher a opção Lista de base ou cotação, desta forma vai aparecer várias opções de base de dados para que se possa escolher, então clique sobre a letra W e depois o site vai aparecer algumas opções, clique na opção Web of Science. Observação: para acessar e ter acesso ao Portal Capes e suas bases de dados é essencial que tenha login e senha de alguma Universidade ou Faculdade, só através desta maneira que a CAPES permite acesso a toda a base de dados sobre trabalhos, artigos e etc. Se não tiver login e senha de uma parceira da CAPES ela te dá acesso limitado, assim não se dá para fazer análise bibliométrica nenhuma. Ao clicar em Web of Science abrirá a página da Figura 2.

Figura 1: Portal de periódicos CAPES, com a lista das bases de dados



Fonte: <https://www-periodicos-capes-gov.br/ez26.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/lista-a-z-bases.html>.

Figura 2: Site da Base de Dados Web of Science

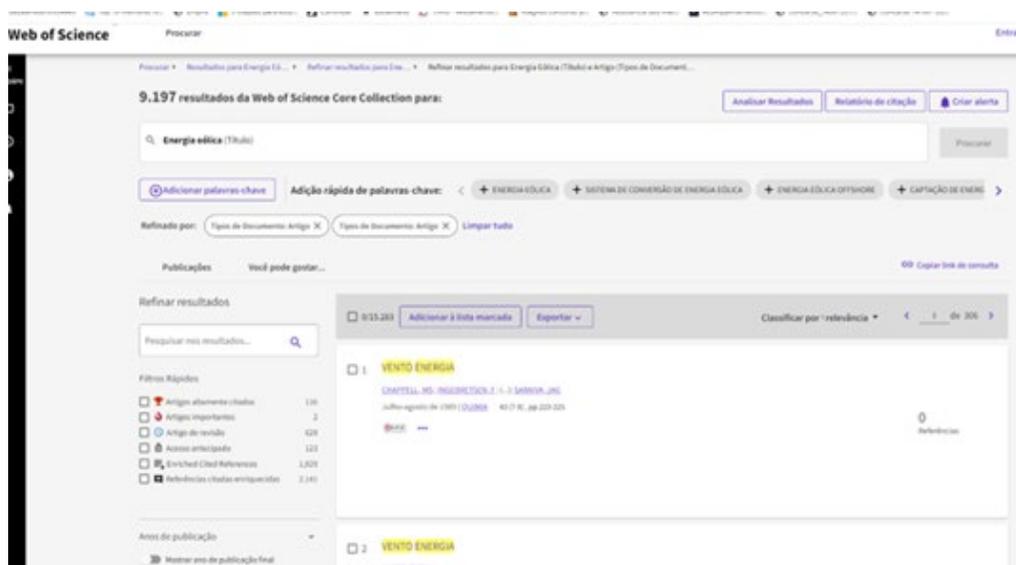


Fonte: <https://www-webofscience.ez26.periodicos.capes.gov.br/wos/woscc/basic-search>.

Na Figura 2, devemos escolher no primeiro quadro da pesquisa a palavra Título, pois assim o banco de dados só irá retornar com artigos que tenha em seu título o assunto que se deseja. Ao escolher Título o site vai apresentar a seguinte observação: “Título: Pesquisa títulos de artigos. Título refere-se ao título de um artigo de periódico, documento de anais, livro ou capítulo de livro. Nota: Para pesquisar o título de um periódico, selecione o campo Título da Publicação. Exemplo: “Aplicação da tecnologia ATAD””.

Logo, depois na Figura 2, deve digitar no outro quadro o tema em inglês que deve ser pesquisado.

Figura 3: Resultados de documentos depois da pesquisa no Web of Science



Fonte: <https://www-webofscience-com.ez26.periodicos.capes.gov.br/wos/woscc/summary/9fb870c0-2812-4a7b-ba13-9e1c3ea50d28-ec9ef5af/relevance/1>

Na Figura 3, aparece os resultados da pesquisa realizada e nesta versão do Web of Science ele está traduzindo para o português, na parte esquerda clique em Artigos para refinar suas pesquisas e o números só conter Artigos e não outros tipos de documentos. Assim na parte esquerda dá para refinar ainda mais as buscas, e também lá está disponível as informações que são importantes para o resultado do trabalho, a partir dela, dará para elaborar gráficos e deles tirar resultados e conclusões sobre o tema.

Quinto passo, elaborar gráficos com as informações disponíveis no site da base de dados Web of Science, assim analisando estes dados podemos ter resultados da análise bibliométrica e também a conclusão, neste caso deve ser observado se o refinamento que foi escolhido, refinou e só traz artigos que fala sobre o tema abordado, como já escolhemos que o título do artigo tem que ter o assunto pretendido, logo todos os resultados de artigos vão falar sobre este tema, se tivéssemos escolhido como por exemplo palavras-chave, deveríamos ler todos artigos para saber se eles falam do tema escolhido, pois as palavras-chave nem sempre é o que realmente o artigo está dizendo.

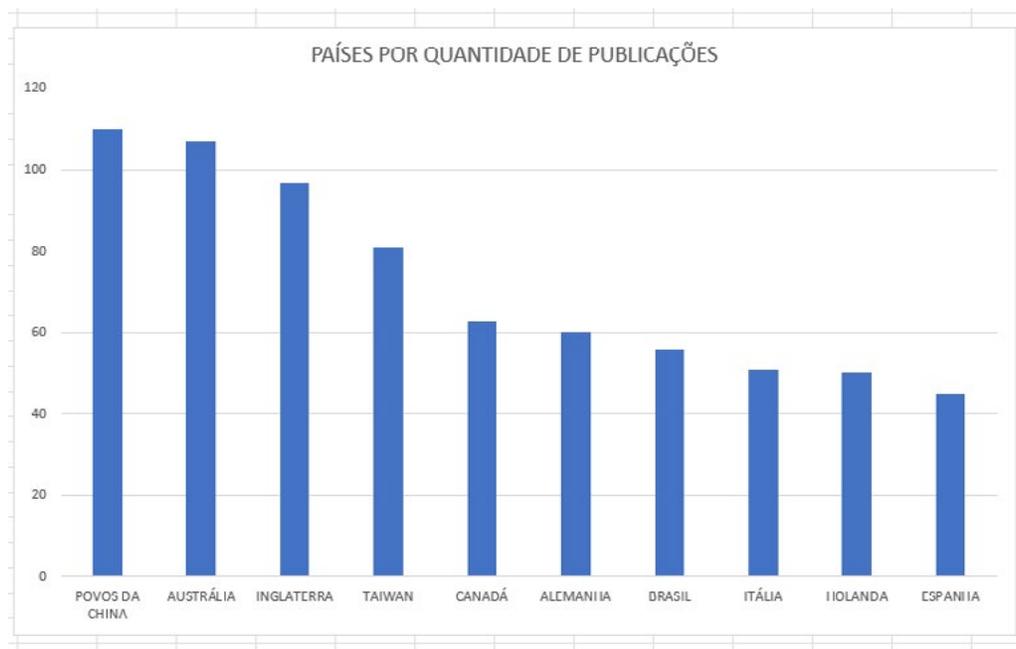
Os passos desenvolvidos para metodologia visam levar o leitor uma análise crítica sobre o assunto deste trabalho, assim pesquisas bibliográficas nos artigos encontrados quando pesquisas bibliométricas para quantificar a importância deste tema, para trabalhos futuros. Um objetivo norteador encontrasse neste trabalho.

E finalmente elaborando estes gráficos em outros programas para elaborar este tipo de figura, podemos chegar nos resultados e conclusões que atendam o objetivo do artigo de revisão bibliométrica.

RESULTADOS

Os resultados da pesquisa retornaram 1539 artigos publicados com este tema, e todos falando sobre o tema Design Thinking. Os resultados para a análise são apresentados nas próximas figuras.

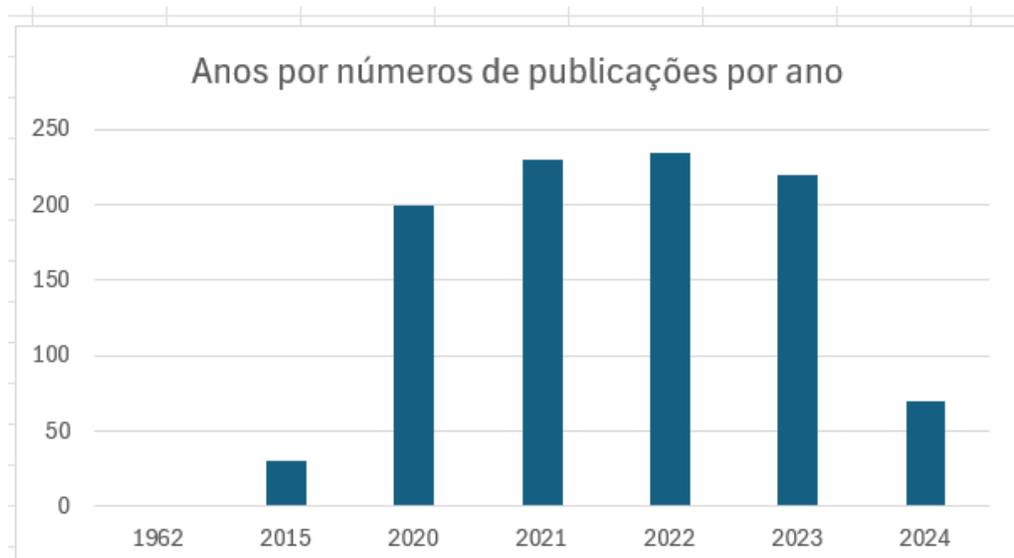
Figura 4: Os países e a quantidades de artigos que eles publicaram sobre Design Thinking



Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Na Figura 4, podemos ver que os países que mais pública sobre Design Thinking é a China e Austrália. O Brasil está na posição 7º, como é um tema que quando evoluir, evoluir no mundo inteiro, então a necessidade de todos os países desenvolverem pesquisas sobre este tema não é necessário, geralmente este tema evolui muito com os avanços das tecnologias que é muito necessária para que Design Thinking funcione, ele é implementado os métodos de inteligência artificial e redes neurais aqui no Brasil.

Figura 5: Anos por números de publicações por ano.



Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Na Figura 5, podemos notar que as pesquisas sobre este tema começaram no início da década de 1960 em 1962 e começou a ganhar força a partir do ano de 2019, com as ferramentas e os avanços tecnológicos tudo agora está na internet, assim o Design Thinking é mais vantajoso, pois utilizar as ferramentas tecnológicas ao seu favor, só no ano de 2024 aparece uma queda, porque o ano ainda não finalizou.

DISCUSSÕES

O Design Thinking é uma ferramenta inovadora para o Design, e todos designer deveria utilizar desta ferramenta, pois através de programas de computadores, toma se ideias para projetos, ou seja, é mais fácil criar um design utilizando esta ferramenta. Esta ferramenta Design Thinking é capaz de ajudar em várias áreas de uma empresa, e também ajudar no seu crescimento, pois através dela o cliente fica mais satisfeito, pois é uma abordagem inovadora dos designers.

Desse jeito, com o resultado a China e Austrália aparecem na primeira e na segunda colocação dos países que mais publicaram sobre Design Thinking. o Brasil aparece em 7º em números de artigos publicados desde 1962.

Podemos ver que as publicações sobre o tema Design Thinking começaram em 1962, como é apresentado nos resultados, assim a cada ano foi aumentando o volume de publicações. De acordo com os avanços tecnológicos, este Design Thinking se tornou mais viável, para realizar Design em uma

empresa e é uma ferramenta essencial para os designers. Podemos dizer os designs no século passado era realizando na mão, sem consultas e bancos de dados para melhor inová-los, porém hoje em dia tudo fica mais fácil com programas e pesquisas online, não eliminando o seu método primário desenvolvido no século passado.

Mesmo o Design Thinking sendo estudado no século passado o modo de apresentá-lo hoje é bem tecnológico, como a Logística que foi inventada para guerra, hoje ela é bem tecnológica e inovadora, ou seja, a cada ano desde sua invenção ela sofreu inovação como Design Thinking.

O Design Thinking é importante para a China devido à sua capacidade de promover a inovação e o desenvolvimento de soluções centradas no usuário, em um contexto de rápida mudança e crescente competição. Permite que a China aproveite ao máximo o seu potencial tecnológico e de design para criar produtos e serviços que atendam melhor às necessidades de seus cidadãos, empresas e para concorrência comercial.

CONCLUSÕES / CONSIDERAÇÕES FINAIS

Design Thinking é uma ferramenta para desenvolver design e só é capaz de executar as suas funções. Com e depois dos avanços da internet, inteligência artificial e outras formas de programação. Este tipo de modelo de criação de design é uma junção da tecnologia com as maneiras clássicas de fazer design, para o designer é mais uma maneira, método para auxiliar em suas tarefas do dia a dia.

Não existe um evento específico que consigamos identificar a origem desse conceito, mas essencialmente o design thinking surgiu entre os anos 50 e 60, quando engenheiros, arquitetos, designer e cientistas, se uniram para entender as significativas mudanças na sociedade pós-guerra e 3º revolução industrial.

Desta maneira, os países que mais publicam são a China e Austrália. O Brasil ocupa a posição de 7º sobre publicação de Design Thinking, e as publicações começaram no início da década de 1960 em 1962, com uma publicação.

Mas podemos concluir que não há muita demanda para este assunto de Design Thinking no que se refere ao assunto como todo, pois o Design Thinking evolui a medida que as ferramentas de design digital evolui, assim só com os avanços das programações e das inteligências de máquinas que o Design Thinking pode evoluir, sendo assim os assuntos que devem ser estudados são os das tecnologias que permitem implementar o Design Thinking, assim não são demandadas por partes de acadêmicos, só por partes dos trabalhadores, profissionais que trabalham diretamente com isso nas indústrias e empresas, pois cada problema ou desafio do dia a dia é capaz de surgir uma ideia inovadora para evoluir e melhorar o Design Thinking.

Como a história de todo o desenvolvimento como computador e internet, o Design Thinking, atualmente demanda muita tecnologia como o Marketing, porém igualmente ao Marketing no Início o Design Thinking era só uma técnica, forma ou procedimento sem tecnologia. Ou seja, embora muitas ferramentas hoje em dia é pura tecnologia, no seu início estas ferramentas não eram, como planilhas antigamente era só a mão, mas as pessoas precisavam saber a melhor forma de realizar estas planilhas, hoje em dia tudo é mais fácil com tecnologia.

REFERÊNCIAS

ANA PAULA XAVIER RAVELLI, *et al.*, 2009 - A produção do conhecimento em enfermagem e envelhecimento: estudo bibliométrico.

BAHIANA, Carlos. A importância do design para sua empresa. CNI, Compi, Senai/DR-RJ. Brasília, DF: CNI, 1998.

BLOG NÚCLEO DO CONHECIMENTO: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/blog/revisao-de-literatura/cenario-da-producao>

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.

BORBA, G. S. de; REYES, P. Inovação Orientada pelo Design: a construção de uma organização voltada para a Inovação. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 4, 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: CCJF, 2007. p. 1-8. BORJA DE MOZOTA, B. Design management: using Design to build value and corporate innovation. New York: Allworth Press, 2003.

BRIDGER, D. Neuromarketing: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. 1ª Edição. 2ª Reimpressão. São Paulo: Autêntica Business, 2019.

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

CARDOSO, R. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CROSS, N. Designerly ways of knowing. Basel: Birkhauser, 2007.

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.

ERICSON, Å., BERGSTRÖM, M., LARSSON, A. C., & TÖRLIND, P. Design thinking challenges in education. In DS 58-10: Proceedings of ICED 09, the 17th International Conference on Engineering Design (Vol. 10, pp. 89–100).2009.

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.

FREIRE, Adriano. Inovação: novos produtos, serviços e negócios para Portugal. São Paulo: Verbo, 2000, p. 30.

GRANDO, N. (2011). Usando design thinking para criar e inovar nos negócios.

ICSID International Council of Societies of Industrial Design. 2012. Definition of Design. Disponível em: <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>. Acessado em 18 fev 2013.

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

MANZINI, E. Design para a Inovação Social e Sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. Design thinking & thinking design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Novatec, 2015.

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Felipe C. Xavier da. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2003.

O MANUAL DE OSLO (OCDE, 2005, p. 55): http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf

NITZSHE, Rique. Afinal, o que é Design Thinking. Rio de Janeiro: Rosari, 2012.

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

SIMON, Herbert Alexander. The Sciences of the Artificial. Massachusetts: MIT Press, 1969.

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