

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO DE DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

PALOMA BARBOSA FERNANDES

**NAVEGANDO PELO DESIGN THINKING: UMA ABORDAGEM
GAMIFICADA PARA PROJETOS CRIATIVOS**

**VOLTA REDONDA
2025**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO DE DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**NAVEGANDO PELO DESIGN THINKING: UMA ABORDAGEM
GAMIFICADA PARA PROJETOS CRIATIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao
Curso de Design do UNIFOA como requisito para
obtenção do título de Bacharel em Design.

Aluna:
Paloma Barbosa Fernandes

Orientadora:
Patricia Soares Rocha Alves

**VOLTA REDONDA
2025**



Construindo o futuro **com você.**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado, NAVEGANDO PELO DESIGN THINKING: UMA ABORDAGEM GAMIFICADA PARA PROJETOS CRIATIVOS. Elaborado por PALOMA BARBOSA FERNANDES, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 03 de junho de 2025

Banca Avaliadora

Patricia Soares Rocha Alves
Professora Orientadora
Mestre UniFOA

Marcos Kasuiti Mitsuyasu
Professor Avaliador
Doutor UniFOA

Moacyr Ennes Amorim
Professor Avaliador
Mestre UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário
Olezio Galotti

Av. Dauro Peixoto Aragão, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ
T: (24) 3340-8400 | Cep: 27240-560

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, com todo carinho e gratidão, aos meus pais e à minha irmã. À minha mãe, Poliana, por toda dedicação e ajuda ao longo do caminho. Ao meu pai, Gilberto, por todo apoio e constante incentivo. E à minha irmã, pelo carinho e encorajamento em todos os momentos. A vocês, minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me guiar, fortalecer e sustentar nessa jornada. Agradeço à minha família, por apoiar, torcer por mim, acolher e ajudar durante todas as fases deste processo. Sem vocês, nada disso seria realidade. Agradeço aos meus amigos, que me ajudaram a compreender os desafios e me incentivaram a seguir em frente, meu sincero obrigada: Bruna Veiga, Bruna Furtado e Nicoli Oliveiras. Obrigada por estarem ao meu lado. Agradeço também à minha orientadora, Patrícia, pelo incentivo, paciência e direção, especialmente na reta final, seu apoio foi essencial para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo o desenvolvimento de uma ferramenta visual e educativa: um jogo baseado na abordagem do Design Thinking, voltado para o estímulo da criatividade e à inteligência colaborativa. A proposta visa promover o aprendizado prático da metodologia, ao mesmo tempo em que contribui para a condução de reuniões de equipe, criação de projetos, desenvolvimento de produtos e serviços, entre outras aplicações, ampliando as possibilidades de soluções criativas para problemas. O jogo foi estruturado a partir das etapas do modelo Duplo Diamante e conta com um tabuleiro interativo, cartas explicativas, recursos visuais e espaços destinados a anotações de pesquisa e insights, seguindo o formato de gestão à vista. Diante de um mercado de trabalho cada vez mais dinâmico, complexo, orientado para resultados e centrado na experiência do usuário, a ferramenta proposta se destaca como uma abordagem eficaz, que combina ensino, método e criatividade na busca por múltiplas soluções. A escolha do tema evidencia a natureza multidisciplinar do Design, tendo o jogo sido desenvolvido com base na integração entre design de serviços, design de produto e design gráfico. Ressalta-se, ainda, que o próprio Design Thinking foi adotado como metodologia central para a criação da ferramenta, sendo utilizado para compreender os perfis dos usuários, bem como suas necessidades, desafios e preferências.

Palavras chave: Design Thinking, Gamificação, Objetos de Aprendizagem, Inovação

ABSTRACT

This undergraduate thesis presents the development of a visual and educational tool: a game based on the Design Thinking approach, aimed at stimulating creativity and collaborative intelligence. The proposal seeks to promote practical learning of the methodology while supporting team meetings, project creation, product and service development, among other applications, expanding the possibilities for creative solutions. The game is structured around the stages of the Double Diamond model and includes an interactive board, explanatory cards, visual resources, and designated spaces for research notes and insights, following a visual management format. In a labor market that is increasingly dynamic, complex, results-oriented, and focused on user experience, the proposed tool stands out as an effective approach that combines education, method, and creativity in the pursuit of multiple solutions. The choice of theme highlights the multidisciplinary nature of Design, with the game being developed based on the integration of service design, product design, and graphic design. It is also worth noting that Design Thinking itself was adopted as the central methodology for creating the tool, being used to understand user profiles, needs, challenges, and preferences.

Keywords: Design Thinking, Gamification, Learning Tools, Innovation

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Problematização.....	11
1.2 Objetivo.....	12
1.2.1 Objetivo Geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
2 MÉTODOS E TÉCNICAS.....	14
2.1 Imersão Preliminar.....	14
2.2 Imersão em profundidade.....	14
2.2.1 Entrevista Imersão.....	15
2.2.2 Sombra.....	17
3 ANÁLISE E SÍNTESE.....	20
3.1 Análise de similares.....	20
3.2. Cartões de insight.....	29
3.3 Critérios Norteadores.....	33
3.4. Personas.....	34
4 IDEIAÇÃO.....	37
4.1 Brainstorming.....	37
4.2 Workshop de cocriação.....	38
4.3 Cardápio de ideias.....	39
4.4 Paineis Semânticos.....	40
4.5 Paleta de cores.....	42
4.6 Geração de Alternativas.....	43
4.6.1 Tipografia.....	43
4.6.2 Cartas.....	46
4.6.3 Tabuleiro.....	52
4.6.4 Embalagem.....	58
5 PROTOTIPAÇÃO.....	60
5.1 Protótipo Tabuleiro.....	61
5.2 Protótipo Cartas.....	63
5.3 Protótipo Embalagem.....	71
5.4 Confeção e Protótipo Final.....	78
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	81

LISTA DE QUADROS

Figura 1: Sombra - Jogos de Treinamento.....	18
Figura 2: Sombra - Workshop de cocriação.....	20
Figura 3: Análise de similares - Quadro de Design Thinking.....	21
Figura 4 :Análise de similares - Tabuleiro duplo diamante.....	22
Figura 5: Análise de similares - Tabuleiro duplo diamante 2.....	23
Figura 6: Análise de similares - Tabuleiro em tecido.....	24
Figura 7: Análise de similares - Tabuleiro e Materiais.....	25
Figura 8: Análise de similares - Tabuleiro e Materiais 2.....	26
Figura 9: Análise de similares - Tabuleiro e ferramentas lúdicas.....	27
Figura 10 : Análise de similares - Tabuleiro com espaço livre.....	28
Figura 11 : Cartões de Insight - Gamificação.....	29
Figura 12 : Cartões de Insight - Design Thinking.....	29
Figura 13 : Cartões de Insight - Duplo Diamante.....	29
Figura 14 : Cartões de Insight - Público Alvo / Análise de similares.....	30
Figura 15 : Cartões de Insight - Público Alvo.....	30
Figura 16 : Cartões de Insight - Experiência.....	30
Figura 17 : Cartões de Insight - Embalagem / Cores.....	31
Figura 18 : Cartões de Insight - Materiais.....	31
Figura 19 : Cartões de Insight - Materiais/ Objeto de Aprendizagem.....	31
Figura 20 : Cartões de Insight - Tipografia.....	32
Figura 21 : Cartões de Insight - Tipografia.....	32
Figura 22 : Cartões de Insight - Tipografia.....	32
Figura 23 : Cartões de Insight - Tipografia.....	33
Figura 24: Personas - Thi.....	35
Figura 25: Personas - Polly.....	35
Figura 26: Personas - João.....	36
Figura 27: Personas - Lucas.....	36
Figura 28: Personas - Mari.....	37
Figura 29: Cardápio de Ideias 1.....	39
Figura 30: Cardápio de Ideias 2.....	40
Figura 31: Painel semântico - Cores e texturas.....	41
Figura 32: Painel semântico - Tipografia.....	41
Figura 33: Painel semântico - Materiais e embalagens.....	42
Figura 34: Painel semântico - Elementos/ilustrações Fonte: A Autora, 2025.....	42
Figura 35: Paleta de cores.....	43
Figura 36: Ideias de tipografias - Aplicação manual.....	44
Figura 37: Tipografia - Poppins e Hobo Std Medium.....	44
Figura 38: Tipografia - Poppins e Carena.....	45

Figura 39: Tipografia - Mabook.....	45
Figura 40: Matriz de Posicionamento - Tipografia.....	46
Figura 41: Esboço Cartas - Opção 1.....	46
Figura 42: Esboço Cartas - Opção 2.....	46
Figura 43: Esboço Cartas - Opção 3.....	47
Figura 44: Versão Digital - Opção 1 - Frente.....	47
Figura 45: Versão Digital - Opção 1 - Verso.....	48
Figura 46: Versão Digital - Opção 2 - Frente.....	48
Figura 47: Versão Digital - Opção 1 - Verso.....	49
Figura 48: Versão Digital - Opção 1 - Frente.....	49
Figura 49: Versão Digital - Opção 1 - Verso.....	50
Figura 50: Matriz de Posicionamento - Cartas.....	50
Figura 51: Versão Digital - Descobrir.....	51
Figura 52: Versão Digital - Definir.....	51
Figura 53: Versão Digital - Idear.....	52
Figura 54: Versão Digital - Prototipar.....	52
Figura 55: Esboço Ferramenta - Modelo 1.....	53
Figura 56: Esboço Ferramenta - Modelo 2.....	53
Figura 57: Esboço Ferramenta - Modelo 3.....	54
Figura 58: Esboço Ferramenta - Modelo 4.....	55
Figura 59: Esboço Ferramenta - Modelo 5.....	55
Figura 60: Versão Digital - Modelo 2.....	56
Figura 61: Versão Digital - Modelo 3.....	56
Figura 62: Matriz de Posicionamento - Caixa.....	57
Figura 63: Esboço Caixa - Modelo 1.....	58
Figura 64: Esboço Caixa - Modelo 2.....	58
Figura 65: Versão Digital - Modelo 1.....	59
Figura 66: Versão Digital - Modelo 2.....	59
Figura 67: Matriz de Posicionamento - Caixa.....	60
Figura 68: Protótipo em papel.....	61
Figura 69: Protótipo - Papel colorido.....	62
Figura 70: Tabuleiro - Mockup.....	62
Figura 71: Versão Final - Carta 1.....	63
Figura 72: Versão Final - Carta 2.....	63
Figura 73: Versão Final - Carta 3.....	64
Figura 74: Versão Final - Carta 4.....	64
Figura 75: Versão Final - Carta 5.....	64
Figura 76: Versão Final - Carta 6.....	65
Figura 77: Versão Final - Carta 7.....	65
Figura 78: Versão Final - Carta 8.....	65
Figura 79: Versão Final - Carta 9.....	66

Figura 80: Versão Final - Carta 10.....	66
Figura 81: Versão Final - Carta 11.....	66
Figura 82: Versão Final - Carta 12.....	67
Figura 83: Versão Final - Carta 13.....	67
Figura 84: Versão Final - Carta 14.....	67
Figura 85: Versão Final - Carta 15.....	68
Figura 86: Versão Final - Carta 16.....	68
Figura 87: Versão Final - Carta 17.....	68
Figura 88: Versão Final - Carta 18.....	69
Figura 90: Versão Final - Carta 20.....	69
Figura 91: Protótipo em papel.....	70
Figura 92: Protótipo - Papel colorido.....	70
Figura 93: Cartas - Mockup.....	71
Figura 94: Faca da Embalagem- Desenho técnico.....	72
Figura 95: Protótipo em papel - Fechado.....	73
Figura 96: Protótipo em papel - Aberto.....	73
Figura 97: Embalagem - Arte final.....	74
Figura 98: Embalagem - Inferior.....	75
Figura 99: Embalagem - Topo.....	75
Figura 100: Embalagem - Laterais.....	75
Figura 101: Embalagem - Frente.....	76
Figura 102: Embalagem - Verso.....	77
Figura 103: Embalagem - Mockup.....	78
Figura 104: Protótipo final.....	78
Figura 105: Mockup final.....	79

1 INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas, ao longo dos anos, vêm trazendo mudanças significativas no comportamento de toda sociedade. Tradicionalmente, para as empresas, inovar era sinônimo de investimento tecnológico, mas os tempos mudaram e as organizações perceberam que não bastava. Era preciso atuar em “qualidade”, forte movimento de 1990, e “otimização de processos” que diz respeito em fazer mais com menos, na sequência, veio o advento da Estratégia e Inovação. Contudo, inovar não é uma tarefa simples, requer algumas condições como: confiança, diversidade, tempo disponível, troca de ideias e até mesmo certo grau de informalidade. E nessa busca optamos por ferramentas com abordagens centradas no humano e acessível às pessoas.

O Design Thinking, tem uma abordagem para resolver problemas complexos e multidisciplinares de maneira criativa e centrada no usuário. Surgiu da necessidade de encontrar soluções inovadoras em um mundo cada vez mais dinâmico e orientado pela experiência. Se tornou uma ferramenta poderosa não apenas para designers, mas também para profissionais de diversas áreas que buscam encontrar soluções eficazes e criativas.

A gamificação também emergiu como uma ferramenta poderosa para motivar, melhorar o desempenho e promover o engajamento. Inspirada nos princípios dos jogos, a gamificação transforma tarefas e processos em experiências interativas e envolventes.

É dentro desse contexto, abordando inovação, que esse trabalho discorre a relação do Design Thinking, e a gamificação que vem para atrair, envolver e motivar pessoas. Neste trabalho, exploraremos como a fusão desses dois conceitos aprimora a experiência de solução de problemas, e também impulsiona a criatividade e a eficácia das equipes. Esse trabalho objetiva a elaboração de um Jogo utilizando a metodologia do design thinking como ferramenta para solução de problemas e experiência de aprendizado. “Hoje em dia o design é importante demais para ser deixado para os designers.” Tim Brown (2017)

1.1 Problemática

Como ensina C. K. Prahalad, vivemos e continuaremos a viver uma nova era da inovação onde, cada vez menos, as grandes inovações serão em produtos. A inovação pela cocriação de valor para o cliente, desempenharão um papel fundamental.

A interação entre equipes de diferentes áreas e a busca por agregar valor ao cliente representam desafios frequentes no ambiente de trabalho atual. Priorizando a importância de centrar as experiências no ser humano e estimular um espaço propício à criação de ideias originais e inovadoras, surge o questionamento: como tornar o Design Thinking acessível e aplicável para indivíduos comuns, visando uma abordagem mais abrangente e eficiente na solução de diversos problemas do dia a dia? Como podemos auxiliar os profissionais na compreensão ampla das demandas dos clientes e disponibilizar recursos para estimular a inovação em suas práticas profissionais? Este estudo propõe explorar estratégias e métodos que possibilitem uma compreensão mais profunda do cliente e o desenvolvimento de soluções criativas, com foco na aplicação facilitada do Design Thinking por profissionais de diversas áreas.

1.2 Objetivo

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma ferramenta de Design Thinking. Para auxiliar o aprendizado, a troca de ideias, e a gestão de projetos criativos.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar uma ferramenta funcional e atraente para o público alvo.
- Pesquisar referências de jogos analógicos, educativos e corporativos para aplicação da ferramenta.
- Investigar conceitos de gamificação e sua aplicação prática na educação e em ambientes corporativos.
- Buscar o conhecimento sobre o Design Thinking, suas origens e os vários processos criados.
- Desenvolver um design visual que desperte o interesse e facilite o uso.
- Escolher tipografias adequadas para diferentes tipos de leitura e contexto.
- Estudar teoria das cores e aplicabilidade de paletas.
- Avaliar tipos de papel, acabamentos e formatos que combinam resistência, custo e estética apropriada.

1.3 Justificativa

A experiência como Designers, também leva a refletir sobre a importância da ludicidade no processo de ideação, uma vez que os problemas atuais demandam soluções cada vez mais criativas. De acordo com Dutra (2018, p.3) os jogos apoiam o desenvolvimento do ser humano global em todas as suas dimensões: intelectual, física, afetiva, social, ética, moral e simbólica.

Com a adesão dos jogos os participantes praticam a autonomia, podendo tomar decisões e fazer suas próprias escolhas. Além disso, desenvolvem uma série de competências como: capacidade analítica, criatividade e busca pela inovação, sensibilidade cultural e artística, comunicação, raciocínio lógico, negociação, autoconhecimento, trabalho em equipe, relacionamento interpessoal e pensamento conceitual.

De forma divertida e fora do convencional, a gamificação pode ser uma ferramenta eficiente de treinamento ou alinhamento no trabalho que simula os desafios cada vez mais complexos enfrentados pelas organizações.

Leeson (2013), amplia a discussão do uso da gamificação em organizações como estratégia que auxilia funcionários a compartilhar conhecimento e, conseqüentemente, atingir o sucesso no mundo empresarial. Com experiência de cinco anos utilizando elementos da gamificação como atribuição de pontuação no reconhecimento da colaboração e compartilhamento de conhecimento a funcionários, e com mais de 30 atividades nesse formato,

Leeson (2013) pode identificar três comportamentos fundamentais neste processo

- Conectar: como as pessoas se conectam com o conteúdo e as comunidades que necessitam para realizar seu trabalho.
- Contribuir, o nível em que as pessoas estão contribuindo com seu conhecimento e o impacto dessas contribuições sobre outras pessoas.
- Cultivar: disposição para interagir e construir sobre as ideias e perspectivas de outros funcionários, visando ajudar a cultivar um espírito de colaboração.

“A melhor coisa que um designer pode fazer é colocar ferramentas nas mãos das pessoas” Donald Norman. O design thinking é para pessoas, e elas tem a necessidade de engajar e se envolver com outros profissionais de forma orgânica e dinâmica como por exemplo nas etapas de cocriação e inovação, tem desejo e busca por maneiras de integrar, de fazer conexões, pesquisas de campo, e colaborar em projetos e workshops. Este trabalho visa proporcionar e dar vida aos

projetos, ajudando a expandir o conhecimento quando a metodologia e o design, se tornando um facilitador para tocar projetos e despertar interesse.

2 MÉTODOS E TÉCNICAS

Para desenvolvimento deste trabalho, o método utilizado será o “Design Thinking”, representado no Livro “Design Thinking – Inovação em Negócios” de Vianna et al. (2012).

O Design Thinking apresenta 4 etapas fundamentais: Imersão, Análise e Síntese, Ideação e Prototipação.

A primeira etapa é a Imersão, ela é dividida em: Imersão Preliminar que busca o entendimento inicial do problema e, caso necessário, seu reenquadramento, e a Imersão em Profundidade, que destina-se à identificação das necessidades dos atores envolvidos no projeto e de possíveis oportunidades que surgem do entendimento de suas experiências frente ao tema.

A segunda etapa é a Análise e Síntese, tem como objetivo organizar esses dados visualmente de modo a apontar padrões que auxiliem a compreensão do todo, e identificar oportunidades e desafios.

A Ideação, é a terceira etapa, onde busca-se gerar ideias inovadoras através de atividades colaborativas que estimulem a criatividade. Normalmente utiliza-se as ferramentas de síntese desenvolvidas na fase de Análise como base para a geração de soluções. As ideias criadas são, então, selecionadas em função dos objetivos do negócio, da viabilidade tecnológica e das necessidades humanas atendidas para serem validadas na próxima etapa.

A quarta etapa é a Prototipação que tem como função auxiliar na tangibilização das ideias, a fim de propiciar o aprendizado e validação da solução.

2.1 Imersão Preliminar

Foi realizada a imersão preliminar a fim de buscar se aproximar do contexto do problema inicial, explorá-lo, e buscar as perspectivas e dores do público-alvo. Foi feito na pesquisa exploratória com intuito de se aproximar do público alvo e Pesquisa Desk para investigar assuntos temas para o projeto como Design thinking, gamificação, objetos de aprendizagem, tipografia, estudo de cores, estudo de jogos de tabuleiros, estudo de materiais e tipos de impressão.

2.2 Imersão em profundidade

2.2.1 Entrevista Imersão

Em busca de entender o público alvo foram feitas duas entrevistas em profundidade, para dois perfis relevantes para a pesquisa, tendo o primeiro contato indireto com design e outra com contato direto. Ambos com perfis criativos e projetistas.

Entrevista 1:

Entrevistador: Qual sua Formação?

Entrevistado 1: Gestão estratégica de pessoas, assistente social, cultura organizacional.

Entrevistador: Já participou ou fez alguma dinâmica? Foi positiva ou negativa? Conte sua experiência.

Entrevistado 1: Já várias, eu gosto muito de vivência, nos meus treinamentos e palestras eu gosto de trabalhar algo vivencial quando fazemos as pessoas sentirem aquilo que estamos falando ela se conecta com o assunto e aprender mais, eu acho que é fundamental. A energia fica lá em cima, quando você valoriza a pessoa. Isso é muito bom, você consegue elevar a energia através de dinâmicas e vivências.

Entrevistador: Já fez o uso de diferentes recursos e ferramentas, jogos de tabuleiro, cards e outros para ampliar o aprendizado? Conhece algum site ou ferramenta?

Entrevistado 1: Já, tenho um jogo engavetado que criei para famílias, para o cuidador e familiar criar reflexões de cuidado e autocuidado, acredito muito nas dinâmicas vivenciais para conectar o familiar com o paciente.

Entrevistador: Como é o ambiente que você geralmente estuda/Aprende?

Entrevistado 1: Uso muito ferramentas online, cursos EAD, uso muito o meio acadêmico, gosto muito de ler livros e claro conversar com as pessoas, ter referências nas áreas que gosto.

Entrevistador: Qual seu maior desafio na hora de aprender?

Entrevistado 1: Sou muito visual, preciso ter calma rabiscar o livro, na aula preciso ficar anotando para entender. A tecnologia também é um desafio ainda sou do papel e caneta, não consigo anotar digitalmente. Tenho dificuldade de acompanhar.

Entrevistador: Qual seu maior desafio na hora de trabalhar com outras pessoas?

Entrevistado 1: É meu ritmo. Entender que cada um tem um ritmo. Não gosto de trabalhar com alguém muito individual, eu entendo, mas acho que no mundo corporativo precisamos entender que somos um time.

Entrevistador: Na sua visão, quais são os principais fatores que influenciam a criatividade em equipes?

Entrevistado 1: Acho que é autonomia, as que têm conseguem buscar coisas novas e confiança. É a maior fonte de criatividade.

Entrevistador: Prefere trabalhar sozinho ou em grupo? por quê?

Entrevistado 1: Sozinho a gente não faz nada. Gosto de aprender com outras pessoas, ter novas experiências, ter trocas, gosto de agregar, gosto de trabalhar no coletivo.

Entrevistador: Como é o trabalho em grupo ideal para você?

Entrevistado 1: Pra mim é através do respeito, tem suas individualidades, competências, mas que no grupo possa trabalhar em grupo, alguém que você possa realmente se relacionar

Entrevistador: O que você entende por gamificação? Em quais contextos você acha que essa ferramenta se aplica?

Entrevistado 1: Entendo como oportunidade de usar a criatividade que te permite criar e inovar nas suas entregas. Se aplica em todos os contextos, você vai adequá-lo com a sua necessidade, como de aprendizagem. muita gente pensa na gamificação como jogos lúdicos e de brincadeira, pode ser uma ferramenta de potência e fazer com que o outro tenha uma vivência sobre o assunto.

Entrevistador: Em sua visão, quais são os maiores desafios para implementar a gamificação?

Entrevistado 1: O desafio é a compreensão do outro, pensando na corporação, qual retorno vai me dar. Talvez as pessoas não entendam e não deem valor, criem resistência, prejudiquem o processo, estamos também num mundo novo de tecnologia chat gpt inteligência artificial, de inovação as pessoas precisam estar aberta, a pessoa precisa abrir a mente e sair do conservadorismo.

Entrevista 2:

Entrevistador: Qual sua Formação?

Entrevistado 2: Profissional de MKT pós graduada em Administração em Negócios de saúde.

Entrevistador: Já participou ou fez alguma dinâmica? Foi positiva ou negativa? Conte sua experiência.

Entrevistado 2: Sim. Sempre positiva. Dinâmica de inteligência colaborativa, ajudam as pessoas a terem mais ideias

Entrevistador: Já fez o uso de diferentes recursos e ferramentas, jogos de tabuleiro, cards e outros para ampliar o aprendizado? Conhece algum site ou ferramenta?

Entrevistado 2: Sim. Ferramentas de coaching. Tem em sites, tabuleiro e cartas. Tenho muitas ferramentas em apostila.

Entrevistador: Como é o ambiente que você geralmente estuda/Aprende?

Entrevistado 2: Escolas em são Paulo e RJ

Entrevistador: Qual seu maior desafio na hora de aprender?

Entrevistado 2: foco

Entrevistador: Qual seu maior desafio na hora de trabalhar com outras pessoas?

Entrevistado 2: Comunicação e falta de foco

Entrevistador: Na sua visão, quais são os principais fatores que influenciam a criatividade em equipes?

Entrevistado 2: Lugar de confiança, onde podemos falar sem medo de preconceito

Entrevistador: Prefere trabalhar sozinho ou em grupo? por quê?

Entrevistado 2: Depende do trabalho. Se precisar Foco, sozinha. Se precisar insights em grupo

Entrevistador: Como é o trabalho em grupo ideal para você?

Entrevistado 2: Aquele que deixam as pessoas livres para falarem sem medo, de forma descontraída, sem limitadores

Entrevistador: O que você entende por gamificação? Em quais contextos você acha que essa ferramenta se aplica?

Entrevistado 2: Entendo como gamificação, formas de facilitar o aprendizado de forma lúdica. Se aplica para todas as pessoas e principalmente para grupos com dificuldade ou déficit de aprendizado

Entrevistador: Em sua visão, quais são os maiores desafios para implementar a gamificação?

Entrevistado 2: Custo e disposição das pessoas

2.2.2 Sombra

1- Experiência no Programa Jovem Aprendiz.

Experiência de gamificação realizada no curso de jovem aprendiz da Unimed de Volta Redonda. Contando com a presença de em média 20 jovens. Realizada no dia 16 de setembro de 2023.

Foi observado a apresentação de uma atividade gamificada para treinamento dos jovens aprendizes, cujo objetivo é entender e identificar como algumas ações e comportamentos influenciam ou atrapalham o seu crescimento na empresa.

A atividade foi colocada no centro da mesa, na primeira rodada, todos identificaram as frases típicas de cada um dos 7 inimigos: insegurança, pessimismo, resistência, medo de se expor, vitimização, conformismo e desconexão. Na segunda rodada, cada grupo recebeu um caso com uma história e precisava relacioná-lo com cada inimigo no tabuleiro. O caso era discutido primeiro com o grupo e caso não soubessem os demais grupos podiam opinar qual seria seu local certo. Já na terceira rodada, a facilitadora abriu um espaço para reflexões individuais e em grupo. Os jovens falaram de suas experiências pessoais, e relacionaram-se aos inimigos apresentados.

Foi observado a mudança de engajamento durante as etapas do jogo. A ferramenta utilizada para absorção do conteúdo se mostrou mais eficaz e prática para o ensino do tema. Podemos concluir com a observação do gráfico de percepção de clima baixo.

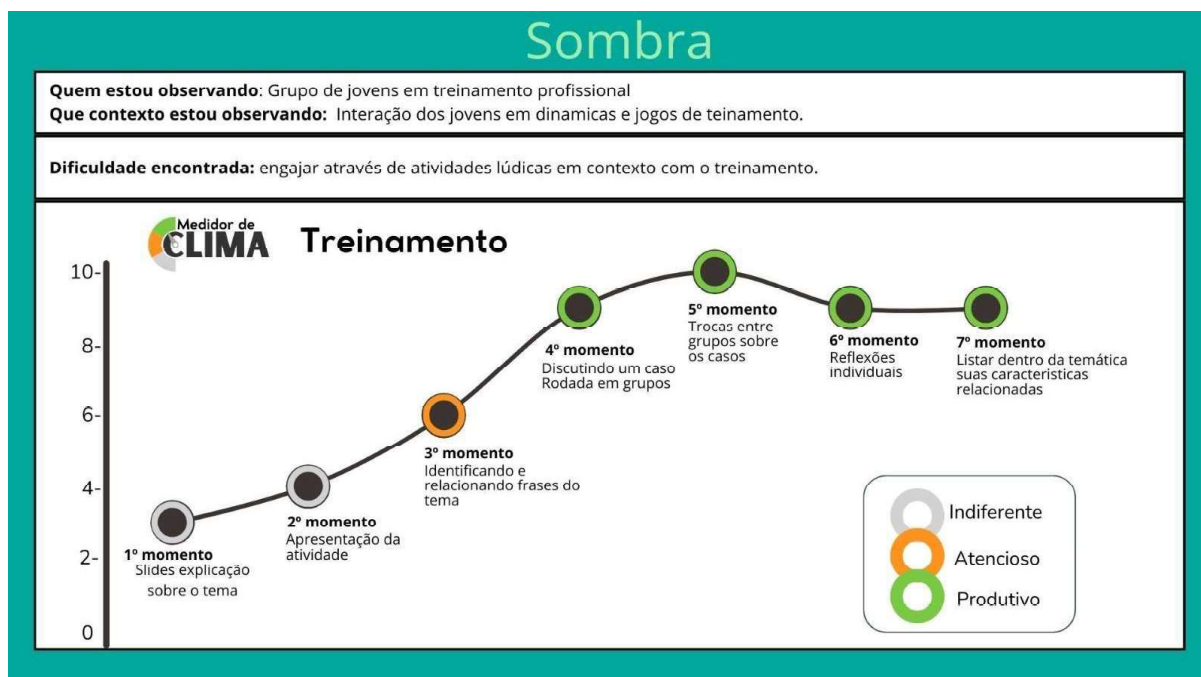


Figura 1: Sombra - Jogos de Treinamento

Fonte: A Autora, 2025

Nesse gráfico podemos ver a percepção do ambiente de acordo com a experiência dos jovens durante cada momento da atividade. Pontos cinzas representam momentos de poucas emoções, como indiferença, monotonia, previsibilidade, desconforto ou baixa criativa. A cor laranja para momentos de geração de interesse, despertar da curiosidade, atenção, quebra do gelo e do aprendizado. A cor verde para momentos ideais para trocas de ideias, descontração, harmonia, criatividade e proatividade.

2- Experiência no núcleo de inovação

Experiência de cocriação com Design Thinking feita pelo Octo2, núcleo de inovação da Unimed Volta Redonda. Realizado no dia 25 de setembro de 2023. Com público de em média 28 pessoas.

Foi observado um Workshop onde dividiram mesas para os grupos convidados, cada pessoa, que chegasse, era orientada a seu lugar designado pela equipe do evento, escolhidos de acordo com o perfil de cada colaborador. Foi feita uma apresentação do que era Design, de forma simples, mostrando um vídeo chamado “the Norman doors”. O vídeo narra, segundo Norman, como as coisas devem ser simples de serem entendidas, ou seja, se precisar de um rótulo significa que está mal projetada. Um filme prático, para passar a mensagem do que faz um designer. Depois foi apresentada, de forma breve, a pesquisa do projeto que a equipe estava buscando cocriar. Foi montado um quebra-gelo para criar um ambiente mais descontraído, já que os convidados não se conheciam. A dinâmica escolhida foi o “troca”. Depois da atividade foi notada uma mudança no ambiente, as pessoas ficaram animadas para serem as próximas, conversaram com os colegas, riram, aplaudiram e incentivaram outros a participar. Tornando o clima preparado para o momento de ideação. Cada grupo recebeu canetas e post its, pontos de valiosos insights e uma enorme folha para cocriarem. O último passo foi a observação do grande mural de ideias que eles montaram no final. Cada pessoa recebeu estrelas para votação e o evento terminou com o agradecimento pela participação e um lanche para os convidados.

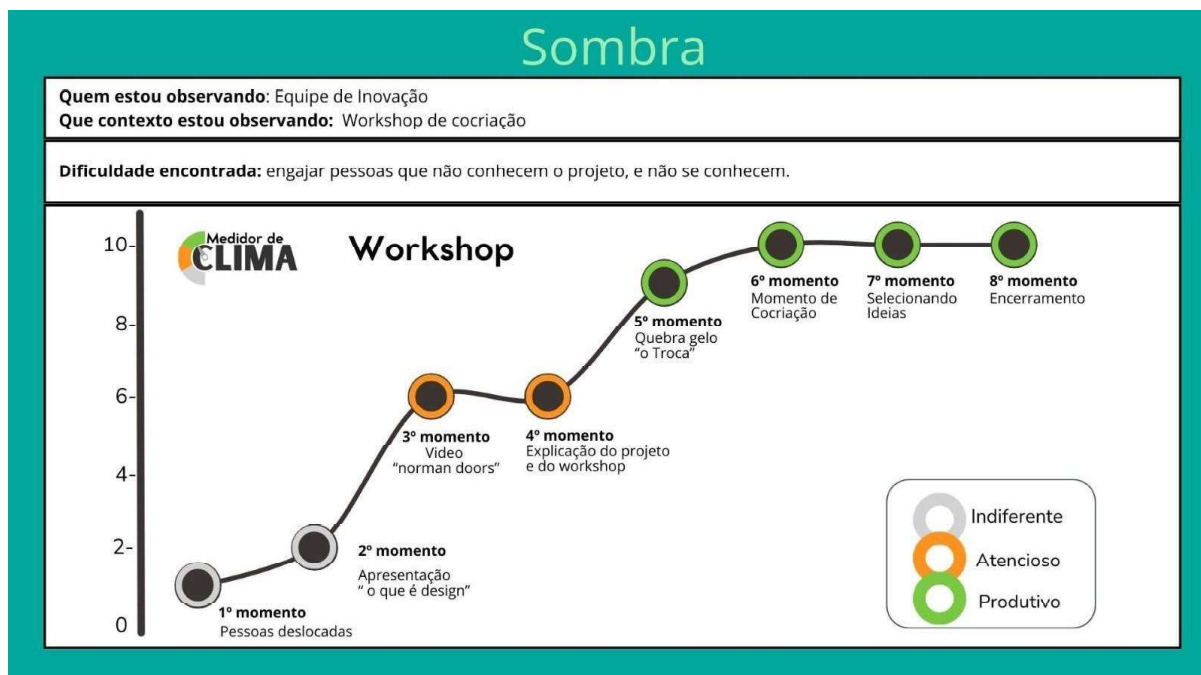


Figura 2: Sombra - Workshop de cocriação

Fonte: A Autora, 2025

Nesse gráfico podemos ver a percepção do ambiente de acordo com a experiência dos convidados durante o Workshop.

3 ANÁLISE E SÍNTESE

Nessa etapa foram discutidos os pontos mais importantes das pesquisas, definindo perfis dos usuários, critérios norteadores e em conclusão trouxemos a definição do problema averiguado.

3.1 Análise de similares

Foram pesquisados e analisados similares referentes à busca por uma ferramenta de treinamento, e de projetos criativos. Foi utilizada a ferramenta PNI, destacando pontos positivos, negativos e interessantes sobre cada similar.



Figura 3: Análise de similares - Quadro de Design Thinking

Fonte: Octo2 - Volta Redonda

Design thinking em ação é um quadro magnético criado pelo Octo, setor de inovação da Unimed Volta Redonda.

PNI:

Positivos: Apresentam as etapas do design thinking com breves explicações. O caminho é linear, dividido em duas jornadas, de serviço e de produto, onde se pode seguir um fluxo.

Negativo: É um board apenas de localização, não possui outros propósitos.

Interessante: O uso de ímãs personalizados para marcar o ponto em que o projeto se encontra.

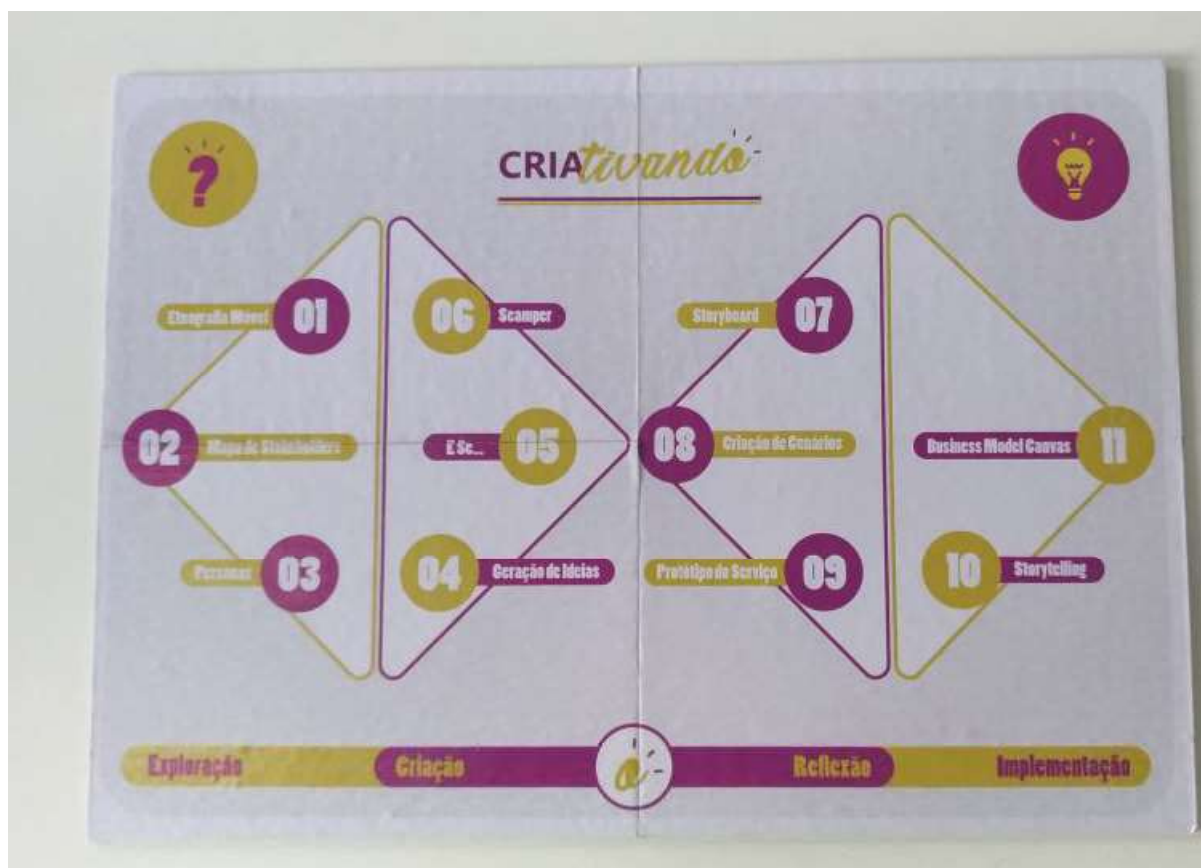


Figura 4 :Análise de similares - Tabuleiro duplo diamante

Fonte: https://www.behance.net/gallery/57292681/Criativando-Game?tracking_source=search_projects_ljogos+de+tabuleiro+design&l=124



Figura 5: Análise de similares - Tabuleiro duplo diamante 2

Fonte: https://www.behance.net/gallery/57292681/Criativando-Game?tracking_source=search_projects+jogos+de+tabuleiro+design&l=124

PNI:

Positivos: Apresentam as etapas do design thinking em forma de duplo diamante, caixa feita de madeira.

Negativo: Não segue um caminho linear, precisando ter um entendimento sobre a metodologia para compreender.

Interessante: Uso do peão feito em impressora 3D, separação entre problema e solução formada de dobra do tabuleiro. Design minimalista e funcional.



Figura 6: Análise de similares - Tabuleiro em tecido

Fonte: <https://www.treinamundi.com.br/loja/jogo-do-protagonismo/#:~:text=No%20mundo%20corporativo%2C%20todo%20profissional,de%20%E2%80%9CInimigos%20do%20Protagonismo%E2%80%9D>

Inimigos do protagonismo é um jogo para treinamento empresarial, Tem proposta de ensinar sobre um assunto de maneira gamificada.

PNI:

Positivos: Traz suas respostas de forma ilustrada por meio de casos, bom para equipes. Possuem ferramentas online e físicas.

Negativo: Não funciona de forma individual.

Interessante: Formato de caixa de atividades, Caixa em forma de lata. Conta com diferentes formatos de cartas. pode ser utilizado por mais de um perfil profissional.

Bom uso do lúdico.



Figura 7: Análise de similares - Tabuleiro e Materiais

Fonte: <https://www.behance.net/gallery/190026587/Fluxo-I-Board-Game-Design>



Figura 8: Análise de similares - Tabuleiro e Materiais 2

Fonte: <https://www.behance.net/gallery/190026587/Fluxo-I-Board-Game-Design>

Jogo Terapêutico sobre emoções. É uma ferramenta para utilizar durante as sessões de terapia.

PNI:

Positivos: Traz uma estética minimalista, faz bom uso das cores.

Negativo: Possui muitas direções.

Interessante: Separação das cartas no próprio tabuleiro, cores e legendas no tabuleiro, cartas para cada etapa definidas por sua cor específica.



Figura 9: Análise de similares - Tabuleiro e ferramentas lúdicas

Fonte: <https://www.treinamundi.com.br/loja/jogo-do-mindset/>

Jogo do mindset, uma ferramenta para grupos que têm dificuldade de inovar.

PNI:

Positivos: Possui versão digital e física, pode ser implementada em treinamentos e equipes diversas.

Negativo: Número limitado de situações

Interessante: Tipos de ferramentas diferentes, como cartas situações, cartas de pontuação e fichas.



Figura 10 : Análise de similares - Tabuleiro com espaço livre

Fonte: <https://www.treinamundi.com.br/loja/jogo-de-selecao-para-trainee/>

Jogo de seleção para trainee, uma ferramenta para desenvolver a visão estratégica.

PNI:

Positivos: Cartas diferentes para votação, estilo simples de navegar e entender.

Negativo: Tema específico não pode ser modificado, trabalhado apenas por trainees.

Interessante: Espaços com liberdade para escrita, colagens, post-its e construções diversas.

3.2. Cartões de insight

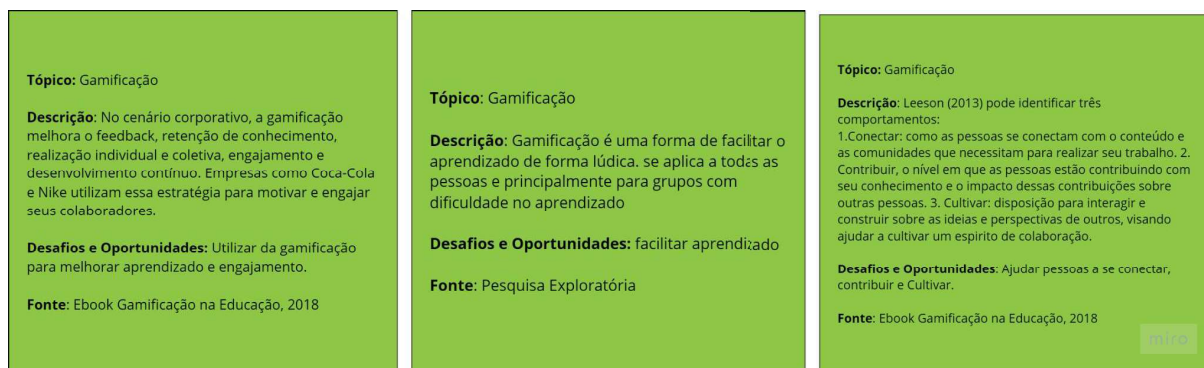


Figura 11 : Cartões de Insight - Gamificação
Fonte: A Autora, 2025



Figura 12 : Cartões de Insight - Design Thinking
Fonte: A Autora, 2025

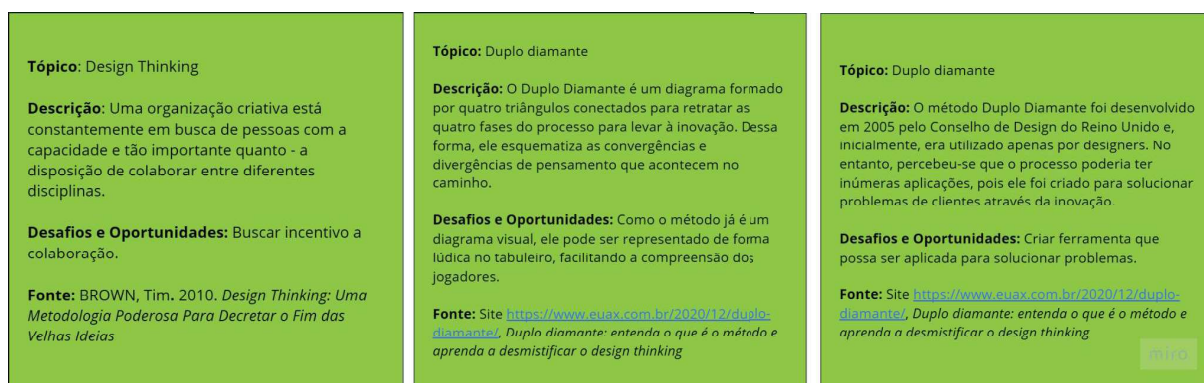


Figura 13 : Cartões de Insight - Duplo Diamante
Fonte: A Autora, 2025

Tópico: Público Alvo Descrição: "tenho a necessidade de usar materiais visuais, anotações manuais, e ter um ritmo calmo para aprender. Desafios e Oportunidades: trazer ferramentas visuais como gestão a vista Fonte: Entrevistas	Tópico: Público Alvo Descrição: Gosto de aprender com outras pessoas, ter novas experiências Desafios e Oportunidades: Proporcionar experiência em equipe Fonte: Entrevistas	Tópico: Análise de similares Descrição: Design Limpo, com espaços livres com materiais diversos para a construção do tabuleiro. Desafios e Oportunidades: Por meio da análise de similares, trazer os pontos interessantes observados Fonte: Análise de Similares Entrevistas
--	--	---

Figura 14 : Cartões de Insight - Público Alvo / Análise de similares
Fonte: A Autora, 2025

Tópico: Público Alvo Descrição: Quando fazemos as pessoas sentirem aquilo que estão fazendo, elas se conectam e aprendem mais. Desafios e Oportunidades: Gerar conexão. Fonte: Entrevistas	Tópico: Público Alvo Descrição: Jogos e ferramentas como tabuleiros e cartas podem ampliar o aprendizado e a conexão entre participantes. Desafios e Oportunidades: Ampliar aprendizado e ajudar a gerar conexão Fonte: Entrevistas.	Tópico: Público Alvo Descrição: Prioridade ao Jogar: Jogos fáceis de entender: 60% Ler o manual de regras: 40% Desafios e Oportunidades: Trazer simplicidade e intuitividade, para a ferramenta. Fonte: Pesquisa Exploratória
--	--	---

Figura 15 : Cartões de Insight - Público Alvo
Fonte: A Autora, 2025

Tópico: Experiência Descrição: Jogo de treinamento usado como explicação do tema cativou o grupo deixando mais dispostos a compartilhar opiniões e ideias do que a apresentação em slides que os deixou indiferente. Desafios e Oportunidades: cativar e gerar ensinamento. Fonte: Sombra	Tópico: Experiência Descrição: Dinâmicas de grupo e jogos promovem a integração, aprendizado, reflexão e motivação entre os participantes. proporcionam assimilação de conceitos e motivação, enquanto atividades grupais facilitam a colaboração e a construção de vínculos sociais. Desafios e Oportunidades: Trabalhar dinâmica de equipe Fonte: Pesquisa Exploratória	Tópico: Público Alvo Descrição: Qual método de aprendizado é mais eficaz para o público alvo: 43,6% experimentando na prática/interagindo 29,1 explicando para alguém Desafios e Oportunidades: Gerar experiência, por meio de maior interação durante o projeto. Fonte: Pesquisa Exploratória
---	---	--

Figura 16 : Cartões de Insight - Experiência
Fonte: A Autora, 2025



Figura 17 : Cartões de Insight - Embalagem / Cores

Fonte: A Autora, 2025

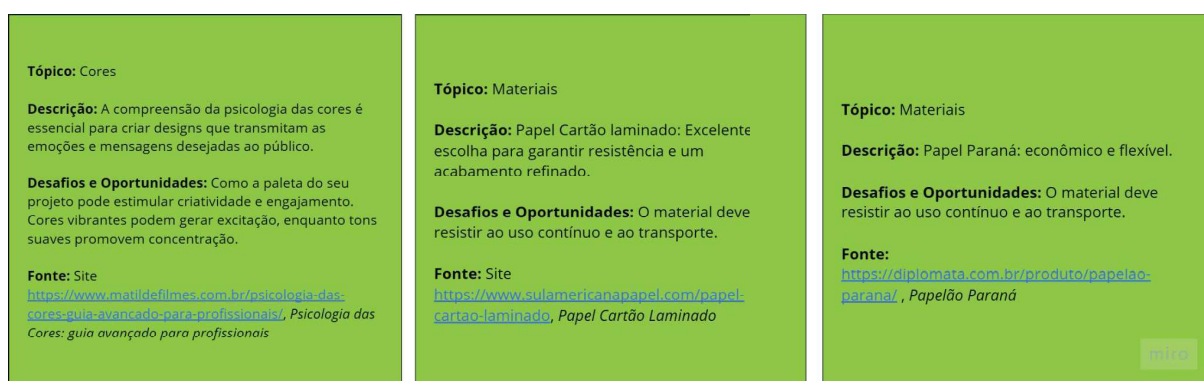


Figura 18 : Cartões de Insight - Materiais

Fonte: A Autora, 2025



Figura 19 : Cartões de Insight - Materiais/ Objeto de Aprendizagem

Fonte: A Autora, 2025

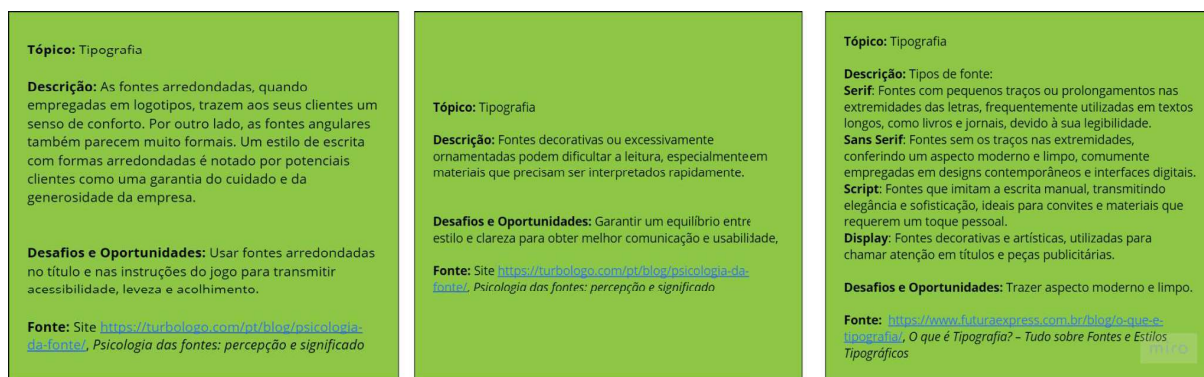


Figura 20 : Cartões de Insight - Tipografia
 Fonte: A Autora, 2025

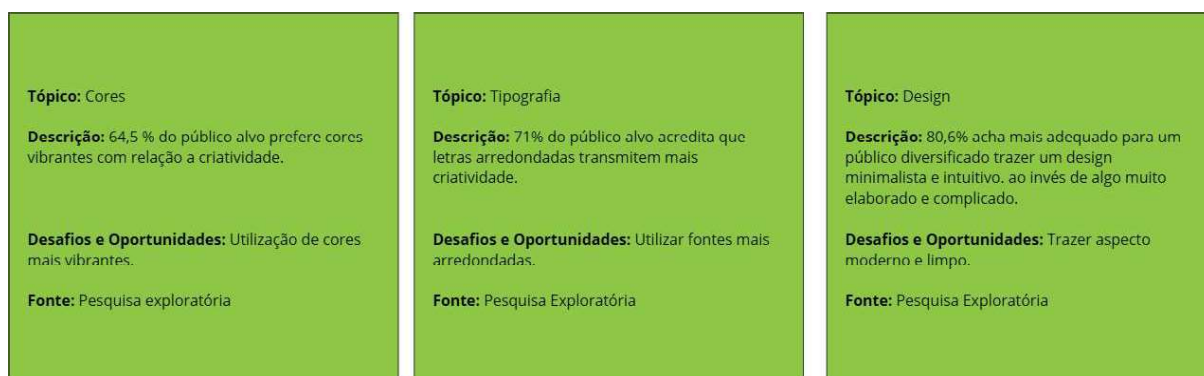


Figura 21 : Cartões de Insight - Tipografia
 Fonte: A Autora, 2025

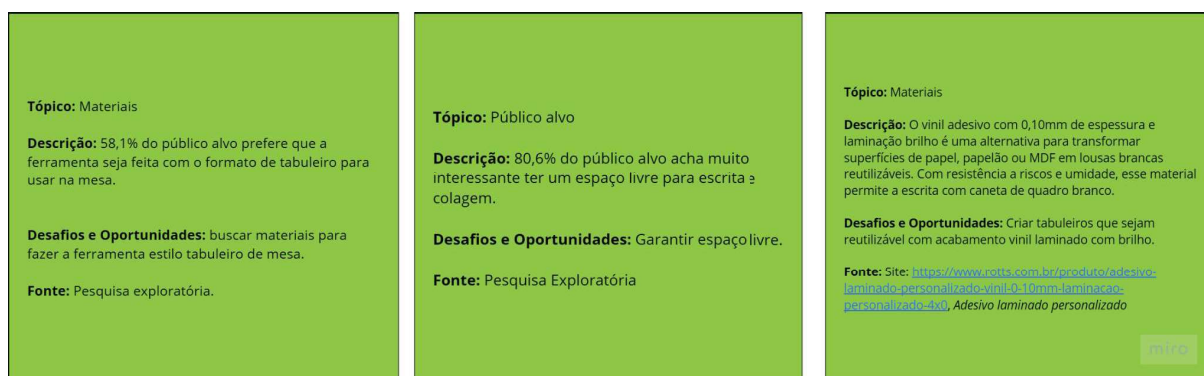


Figura 22 : Cartões de Insight - Tipografia
 Fonte: A Autora, 2025



Figura 23 : Cartões de Insight - Tipografia
Fonte: A Autora, 2025

3.3 Critérios Norteadores

O projeto tem como ideia central a construção de uma ferramenta criativa para projetos, com base no design thinking, que busquem auxiliar e ensinar seu público a projetar com base do DT.

Requisitos:

- **Acessibilidade:** trazer fácil compreensão para designers e não designers. As regras, mecânicas e materiais devem ser apresentados de forma clara e objetiva.
- **Adaptabilidade:** O jogo deve permitir adaptações para diferentes personas, contextos e tipos de desafios, podendo ser utilizado solo ou por equipes de diversas áreas e tamanhos.
- **Gestão à Vista:** O material deve ser visualmente organizado e de fácil manuseio, promovendo uma gestão à vista buscando facilitar a comunicação das ideias geradas durante o jogo.
- **Relevância Pedagógica:** trazer caráter educativo, contribuindo para a compreensão do Design Thinking de forma significativa e prática.
- **Estímulo à Criatividade e Inovação:** O jogo deve desafiar os participantes a pensar fora da caixa, explorando diferentes perspectivas e gerando soluções inovadoras para os problemas propostos.
- **Disponibilização de orientações de uso do produto:** Deve conter orientações e passo a passo para compreensão total do público alvo.
- **Elaboração de uma embalagem:** fácil para o transporte e que sirva para conservação do jogo.
- **Legibilidade:** Deve ser fácil de ler, mesmo em tamanhos pequenos.
- **Personalidade Visual:** A tipografia deve transmitir inovação, criatividade e dinamismo, refletindo os princípios do Design Thinking.

- Estrutura Modular: O layout deve permitir fácil organização e leitura, com seções bem definidas para título, descrição e ícones visuais.
- Uso de Ícones e Cores: Ícones podem ajudar a identificar rapidamente categorias ou funções das cartas, enquanto cores podem indicar diferentes fases do jogo.
- Equilíbrio Visual: Evitar excesso de elementos para não poluir o design, garantindo clareza e foco na informação essencial.
- Otimização do Espaço: Deve acomodar todas as cartas e componentes sem ser volumosa demais, facilitando o transporte.
- Ter tipografia arredondada
- Consistência visual: evite usar muitas fontes, mantendo consistência do jogo, nas cartas, tabuleiro, manual
- Durabilidade: Escolher materiais resistentes e fáceis de armazenar, considerando que o jogo será utilizado em workshops e treinamentos.

Restrições

- Garantir entendimento de suas funcionalidades sem exigir grau de entendimento do design thinking
- Fidelidade ao Processo do Design Thinking: O jogo deve representar as etapas do Duplo Diamante, assegurando que os jogadores vivenciem a abordagem correta.
- Leiturabilidade: Evitar fontes muito finas ou decorativas que possam dificultar a leitura para pessoas com dificuldades visuais.

3.4. Personas

De acordo com as informações centrais das pesquisas sobre os usuários, foram elaboradas 5 personas para representar os os arquétipos do público-alvo. Ilustrei por meio de peças de xadrez o nível de relevância de cada persona Rei, Rainha e Torre, personas com grande influência no assunto, Peão e cavalo Personas com pouco conhecimento no assunto.



Figura 24: Personas - Thi

Fonte: A Autora, 2025

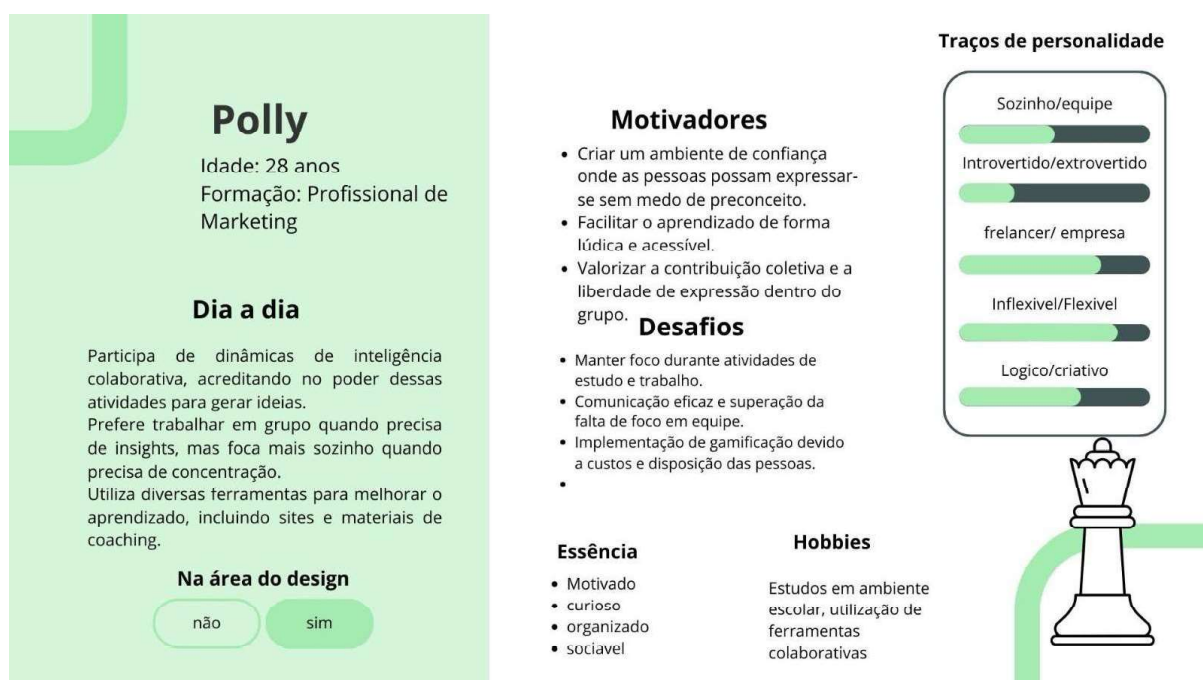


Figura 25: Personas - Polly

Fonte: A Autora, 2025



Figura 26: Personas - João

Fonte: A Autora, 2025



Figura 27: Personas - Lucas

Fonte: A Autora, 2025



Figura 28: Personas - Mari

Fonte: A Autora, 2025

Os perfis possuem pontos em comum como a busca pela criatividade e conhecimento que são marcos do nosso projeto e possuem pontos distintos importantes também como: público de diferentes idades, formações e nível de conhecimento do design.

4 IDEIAÇÃO

Avançando para a etapa de ideação com o problema definido.

4.1 Brainstorming

Iniciando a etapa de ideação, foi realizado um rápido brainstorming para trazer alguns pontos idealizados pelo autor.

- Ideias rápidas;
- Trazer base de métodos ágeis;
- Trazer duplo diamante de forma lúdica como forma de montanhas;
- Cartas de perguntas para etapa da imersão;
- Cartas com explicação das ferramentas de cada etapa;
- Layout de desenhos com modelos de ferramentas para o usuário usar;
- Peão para marcar a casa que se encontra;
- Lado em branco para ideação;
- Utilização dos dois lados do tabuleiro;

- Tabuleiro com guia para iniciantes ;
- Mapa visual da jornada DT.

4.2 Workshop de cocriação

Para trazer outros pensamentos e perspectivas foi necessário trazer o usuário para dar ideias, foi definido um grupo de pessoas tanto da área do design, quanto de outras áreas criativas para participarem de um pequeno workshop de ideias, foram apresentados a temática e os conhecimentos básicos sobre o projeto, foram entregues os cartões de insights, personas, mapas de empatia e critérios norteadores para que pudessem cocriar. Antes de começar foi apresentado um quebra gelo. A dinâmica era a seguinte: um dos jogadores recebe uma bomba e um tempo para desativá-la e sua dupla ficava de costas com o manual, era necessário que a dupla trocasse informações e trabalhassem em equipe. Na segunda rodada a dupla recebeu tanto a bomba quanto o manual e juntas conseguiram visualizar todas as informações, foi evidenciado pelos próprios convidados como ficou mais fácil solucionar seu problema com todas as ferramentas em mãos. Agora aquecidos foram-lhes apresentados a problemática do workshop: Como melhorar a visualização do processo criativo e facilitar a gestão colaborativa em equipes que utilizam Design Thinking?

1. Caminho linear para não pular etapas
2. Espaço para suposições, o que eu acho que sei sobre o assunto?
3. Manual de preparação para o workshop
4. Lado flip: dois lados do tabuleiro podem ser utilizados
5. Ferramenta para definir prioridades
6. Cartas com QR code para baixar ferramentas online
7. Inclui matérias como post-its, blocos de notas e canetinhas.
8. Estilo lousa branca para poder apagar e reutilizar
9. Figurinhas ou tokens para votações
10. Separar cada etapa em planejamento e entrega
11. Escrever breve explicação das etapas no tabuleiro
12. Separar as cartas por cores de cada etapa
13. Definir pontos específicos como, gatilho inicial, problema definido e solução
14. Ferramenta coco- o que sabemos e o que queremos saber
15. Perguntas para orientação em cada etapa
16. Manual explicativo passo a passo
17. Manual estilo mapa para guiar pelo duplo diamante
18. Utilizar o 5h 1h
19. Utilizar os 6 chapéus
20. Canvas de início de projeto atualizado
21. Fazer as ferramentas em formato destacável
22. Imã fazer tabuleiro magnético

- 23. Estilo caixa surpresa com materiais diversos para cada etapa
- 24. Fazer um planner para organização da equipe
- 25. Design resumido, com painel direto para colar informações importantes
- 26. Gestão à vista para não se perder no progresso.

4.3 Cardápio de ideias



Figura 29: Cardápio de Ideias 1

Fonte: A Autora, 2025

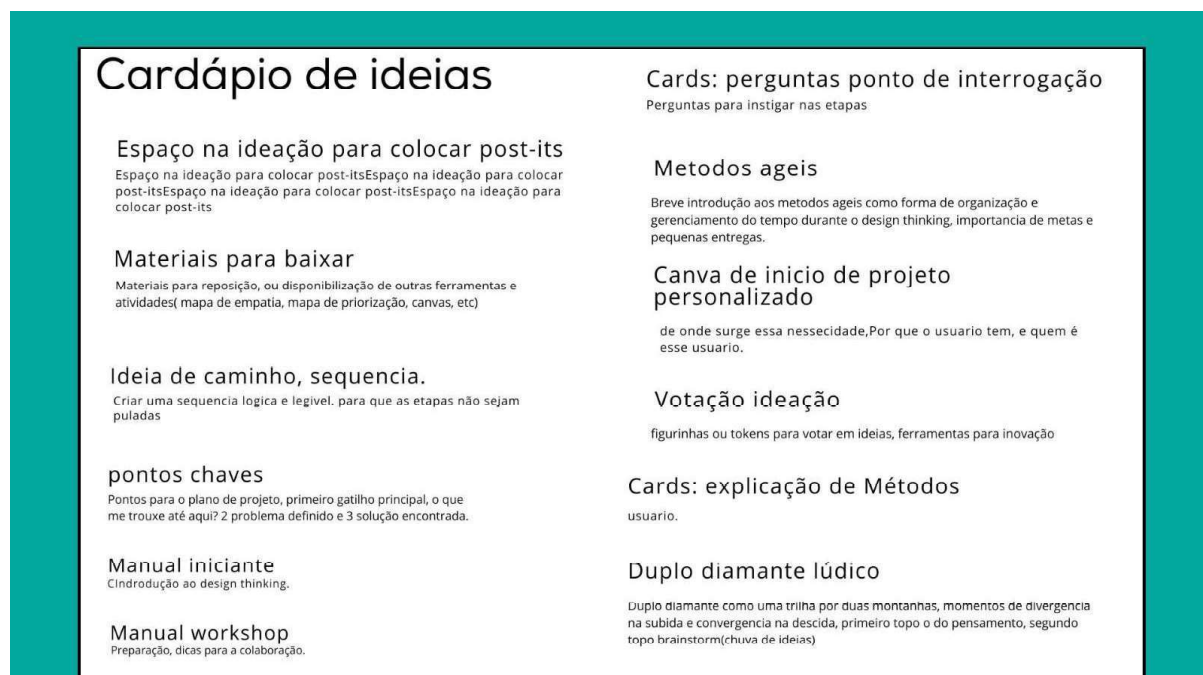


Figura 30: Cardápio de Ideias 2

Fonte: A Autora, 2025

4.4 Paineis Semânticos

Na busca por referenciais visual, foram criados painéis semânticos. Trazendo representações de conceitos e tipos que se encaixam no projeto, trazendo clareza para os elementos que compõem o projeto como todo. Identidade visual, embalagens, tipografia.



Figura 31: Painel semântico - Cores e texturas

Fonte: A Autora, 2025

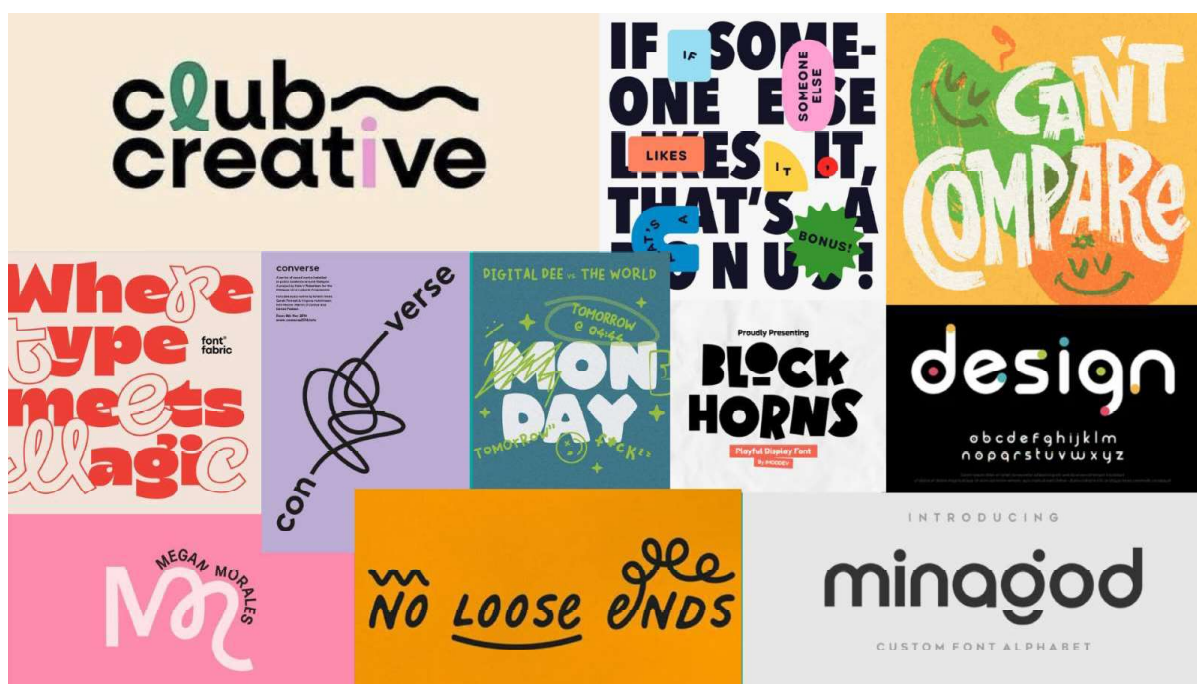


Figura 32: Painel semântico - Tipografia

Fonte: A Autora, 2025



Figura 35: Paleta de cores

Fonte: A Autora, 2025

Essa paleta tem como inspiração momentos de brainstorming, onde são utilizados muitos post-its e marcadores, momento em que o lúdico pode aparecer, e a criatividade está solta, também foi formada por estudos anteriores sobre psicologia das cores, e sobre a preferência do público alvo em cores vibrantes que transmitem criatividade, inovação.

4.6 Geração de Alternativas

4.6.1 Tipografia

Com o objetivo de criar uma identidade visual coerente para o jogo, foram exploradas diversas fontes tipográficas por meio de esboços e experimentações.

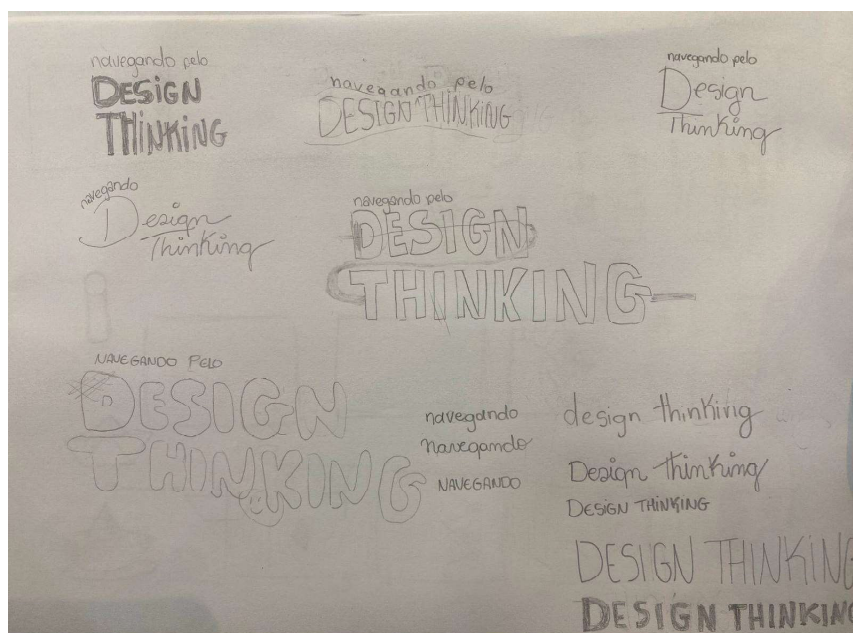


Figura 36: Ideias de tipografias - Aplicação manual

Fonte: A Autora, 2025

Nesse processo foram escolhidas 4 fontes que mais combinava com as preferências do público alvo estudadas anteriormente: Mabook, carena, robo std medium e para o corpo do texto poppins



Figura 37: Tipografia - Poppins e Hobo Std Medium

Fonte: A Autora, 2025



Figura 38: Tipografia - Poppins e Carena
Fonte: A Autora, 2025



Figura 39: Tipografia - Mabook
Fonte: A Autora, 2025

Com três opções selecionadas, foi aplicada uma matriz de posicionamento para comparar cada fonte com base nos critérios norteadores determinados anteriormente.

Tipografia	MABOOK ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ Mabook	Poppins ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm nopqrstuvwxyz poppins	Carena ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm nopqrstuvwxyz carena	Hobo Std Medium ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm nopqrstuvwxyz robo std medium
Legibilidade	alto	alto	médio	alto
Criatividade	alto	baixo	médio	médio

Leiturabilidade	médio	alto	alto	alto
Personalidade visual	alto	médio	médio	baixo
Consistência visual	alto	alto	médio	médio

Figura 40: Matriz de Posicionamento - Tipografia

Fonte: A Autora, 2025

Foi concluído por meio da análise, que a família tipográfica Mabook atendeu todos os critérios norteadores, trazendo personalidade e criatividade para o jogo, sendo escolhida para o título e para o corpo do texto foi definida a Poppins trazendo mais legibilidade e consistência visual.

4.6.2 Cartas

Foi rascunhado, baseado por critérios já estabelecidos e preferências do público alvo, 3 propostas para o layout das cartas, em seguida foram construídas no seu formato final.

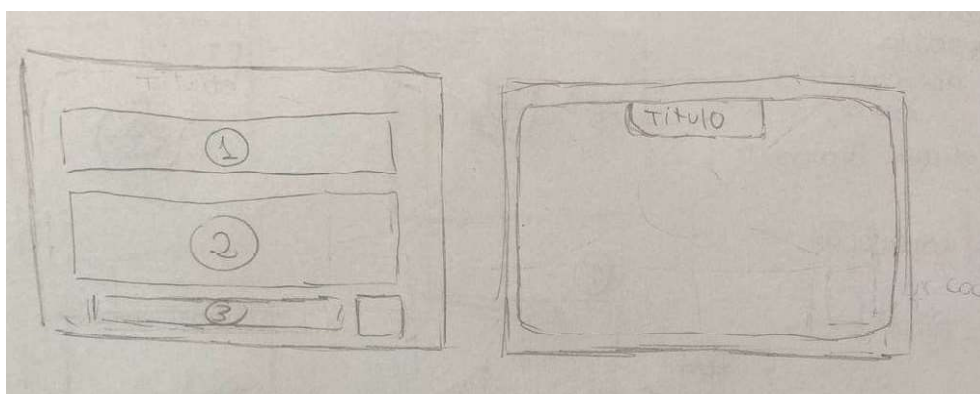


Figura 41: Esboço Cartas - Opção 1

Fonte: A Autora, 2025

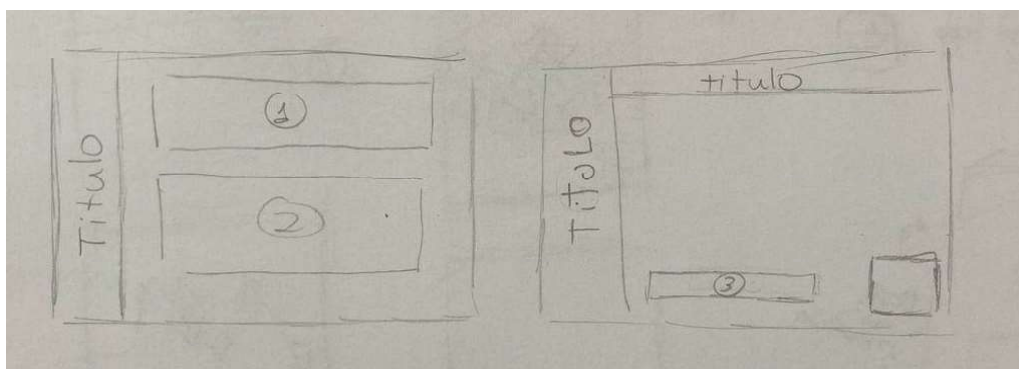


Figura 42: Esboço Cartas - Opção 2

Fonte: A Autora, 2025

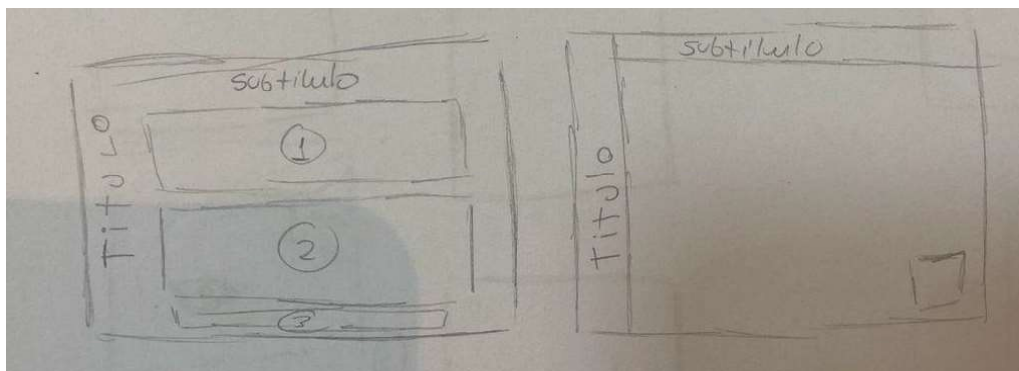


Figura 43: Esboço Cartas - Opção 3

Fonte: A Autora, 2025

A partir desses esboços, foram criados os protótipos digitais frente e verso das cartas.

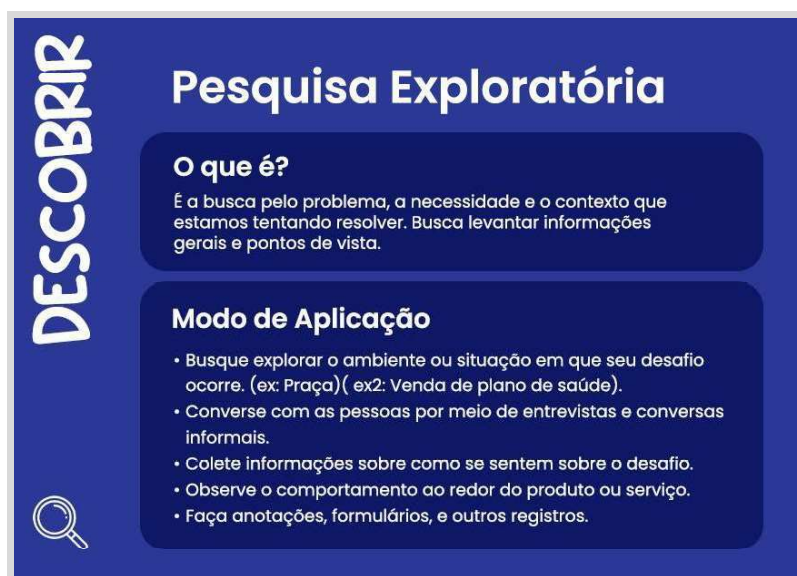


Figura 44: Versão Digital - Opção 1 - Frente

Fonte: A Autora, 2025

Ferramenta Mapeando Território		
Qual seu público-alvo?	Onde seu desafio ocorre?	Observações
Mapa de ações		
 Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!		

Figura 45: Versão Digital - Opção 1 - Verso
Fonte: A Autora, 2025

DESCOBRIR	
1	Pesquisa Exploratória O que é? É a busca pelo problema, a necessidade e o contexto que estamos tentando resolver. Busca levantar informações gerais e pontos de vista. Modo de Aplicação • Busque explorar o ambiente ou situação em que seu desafio ocorre. (ex: Praça) (ex2: Venda de plano de saúde). • Converse com as pessoas por meio de entrevistas e conversas informais. • Colete informações sobre como se sentem sobre o desafio. • Observe o comportamento ao redor do produto ou serviço. • Faça anotações, formulários, e outros registros.

Figura 46: Versão Digital - Opção 2 - Frente
Fonte: A Autora, 2025

1

DESCOBRIR

Ferramenta | Mapeando Território

Qual seu público-alvo?	Onde seu desafio ocorre?	Observações
Mapa de ações		

Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!

Figura 47: Versão Digital - Opção 1 - Verso
Fonte: A Autora, 2025

1

DESCOBRIR

Pesquisa Exploratória

O que é?

É a busca pelo problema, a necessidade e o contexto que estamos tentando resolver. **Tem como objetivo levantar informações gerais e diferentes pontos de vista.** Pode ser realizada por meio de formulários, e observações em campo.

Modo de Aplicação

Busque explorar o ambiente ou situação em que seu desafio ocorre. Converse com pessoas por meio de entrevistas ou conversas informais, observe seus comportamentos e os sentimentos . O que as pessoas sentem, como interagem, o que funciona, onde está situado e quem são os envolvidos?

Faça anotações, formulários e outros registros que ajudem a compreender o contexto do seu desafio.

Figura 48: Versão Digital - Opção 1 - Frente
Fonte: A Autora, 2025

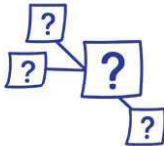
DESCOBRIR Ferramenta Mapeando Território 1	Qual seu público-alvo?	Onde seu desafio ocorre?	Observações
	Mapa de ações 		
Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!			

Figura 49: Versão Digital - Opção 1 - Verso
Fonte: A Autora, 2025

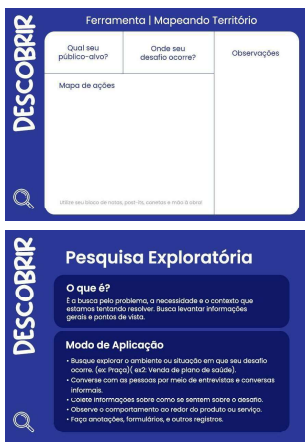
Cartas	Opção 1	Opção 2	Opção 3
			
Contraste	médio	alto	alto
legibilidade	médio	médio	alto
Equilíbrio Visual	médio	baixo	alto
Estrutura	alto	médio	alto

Figura 50: Matriz de Posicionamento - Cartas
Fonte: A Autora, 2025

De acordo com a análise da matriz de posicionamento, a Opção 3 foi a que melhor atendeu aos critérios norteadores definidos anteriormente. Trazendo contraste, legibilidade, equilíbrio visual. Feita a escolha do modelo das cartas, foram construídas as outras, com as outras cores da paleta.

1

DESCOBRIR

Pesquisa Exploratória

O que é?
É a busca pelo problema, a necessidade e o contexto que estamos tentando resolver. **Tem como objetivo levantar informações gerais e diferentes pontos de vista.** Pode ser realizada por meio de formulários, e observações em campo.

Modo de Aplicação
Busque explorar o ambiente ou situação em que seu desafio ocorre. Converse com pessoas por meio de entrevistas ou conversas informais, observe seus comportamentos e os sentimentos. O que as pessoas sentem, como interagem, o que funciona, onde está situado e quem são os envolvidos?

Faça anotações, formulários e outros registros que ajudem a compreender o contexto do seu desafio.

1

DESCOBRIR

Ferramenta | Mapeando Território

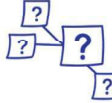
Qual seu público-alvo?	Onde seu desafio ocorre?	Observações
Mapa de ações 		
Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!		

Figura 51: Versão Digital - Descobrir
Fonte: A Autora, 2025

8

DEFINIR

Cartões de Insight

O que é?
É uma forma de reunir informações importantes, é usado para organizar aprendizados, oportunidades, descobertas, percepções, que podem servir de auxílio para a geração de ideias.

Modo de Aplicação
Junte tudo o que foi descoberto nas entrevistas, observações e pesquisas feitas anteriormente.
Para cada descoberta, crie um cartão como por exemplo:
1.Título: um resumo claro do que foi descoberto;
2.Descrição: explique de forma direta o que foi observado ou aprendido;
3.Desafio ou oportunidade: O que isso revela?
4.Fonte: onde essa informação foi encontrada?

8

DEFINIR

Ferramenta | Cartões de Insight

Título:	Título:
Descrição:	Descrição:
Desafio ou Oportunidade:	Desafio ou Oportunidade:
Fonte:	Fonte:
Título:	Título:
Descrição:	Descrição:
Desafio ou Oportunidade:	Desafio ou Oportunidade:
Fonte:	Fonte:



Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 52: Versão Digital - Definir
Fonte: A Autora, 2025

IDEAR

Matriz de Posicionamento

O que é?
É uma ferramenta de análise estratégica de ideias geradas, utilizada para validação em relação aos critérios nortadores e necessidade das personas.

Modo de Aplicação
Análise as ideias com os critérios nortadores. Nesse momentos, determine o peso de cada critério conforme o grau de relevância. Na sequência, aplique a nota para cada ideia.

17

IDEAR

Ferramenta | Matriz de Posicionamento

Ideia nº ____

Critérios Nortadores	Peso	Notas

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 53: Versão Digital - Idear
Fonte: A Autora, 2025

PROTOTIPAR

Encenação

O que é?
É uma simulação com interações, diálogos e aspectos do produto ou serviço criado.

Modo de Aplicação
Represente uma situação de forma dramatizada. Simulando como o usuário interagiria com a sua solução (seu produto ou serviço) escolha o cenário, quem serão os usuários, crie um roteiro. Observe e faça anotações, discuta suas percepções, e refine a solução com os dados obtidos.

20

PROTOTIPAR

Ferramenta | Encenação

Personagens:

Cenários:

Cenas:

Diálogos:

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 54: Versão Digital - Prototipar
Fonte: A Autora, 2025

4.6.3 Tabuleiro

Primeiro foi pensado em qual formato seria feita a ferramenta. Quais formas poderiam ser exploradas para falar sobre design thinking. Mapa de ações, álbum de ferramentas, tabuleiro, quadro entre outros. Foram rascunhados 5 modelos diferentes.

O primeiro desenho teve como referência, um mapa. Trazer o Design Thinking como uma jornada, destrinchando seu passo a passo no verso.

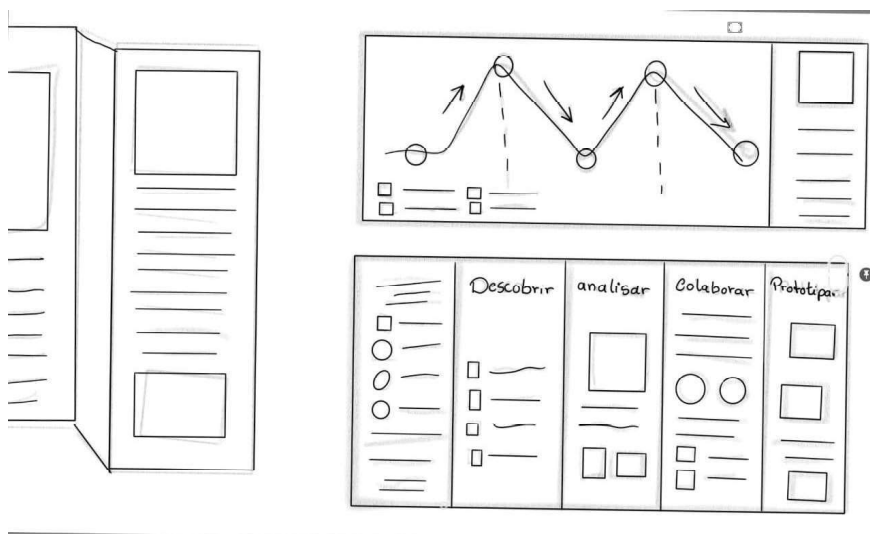


Figura 55: Esboço Ferramenta - Modelo 1
Fonte: A Autora, 2025

O segundo modelo traz um tabuleiro com um caminho a ser percorrido na esquerda com as etapas do Duplo Diamante, servindo como norteador. O espaço a direita seria como um canvas em branco, pronto para ser preenchido com evidências ao longo do projeto.

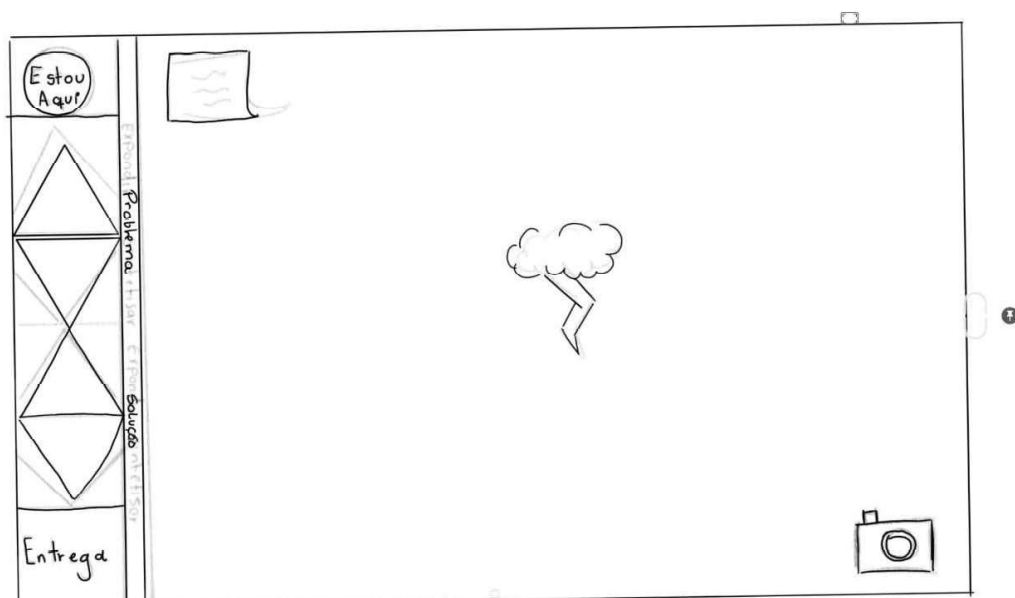


Figura 56: Esboço Ferramenta - Modelo 2
Fonte: A Autora, 2025

O terceiro modelo traz também um tabuleiro. Com espaços mais definidos e explicativos. Propondo ser como uma lousa mágica para ser preenchida a cada projeto.

	Problema	Seu Desafio:	
		① Descobrir escreva suas pesquisas 	② Resumir critique seus estudos crie agrupamentos e insights
	Solução	Seu Problema definido:	
		③ Criar use post-its e crie pelo menos 10 ideias	④ Protótipos escolha uma ideia e crie, teste
Entrega			

Figura 57: Esboço Ferramenta - Modelo 3

Fonte: A Autora, 2025

O quarto modelo traz a ideia das ferramentas como em um álbum destacável, buscando trazer materiais auxiliares nos projetos.

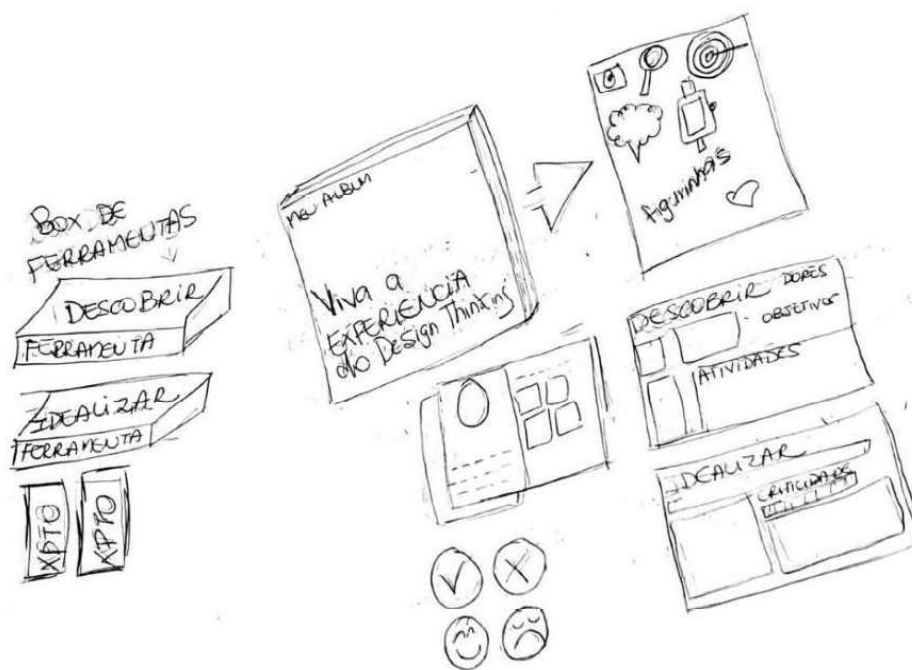


Figura 58: Esboço Ferramenta - Modelo 4
Fonte: A Autora, 2025

O quinto modelo traz um tabuleiro como uma jornada lúdica onde o design seria abordado por meio de duas montanhas, a primeira montanha seria do problema e a segunda da solução e cada ponto de parada seria disponibilizada cartas ferramentas.

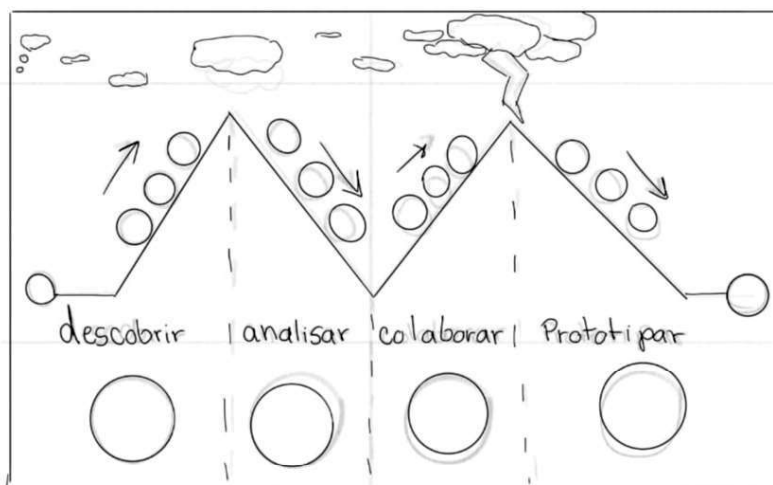


Figura 59: Esboço Ferramenta - Modelo 5
Fonte: A Autora, 2025

Após rascunhado os modelos acima foram realizadas as versões digitais dos seguintes modelos: Modelo 2 e Modelo 3.

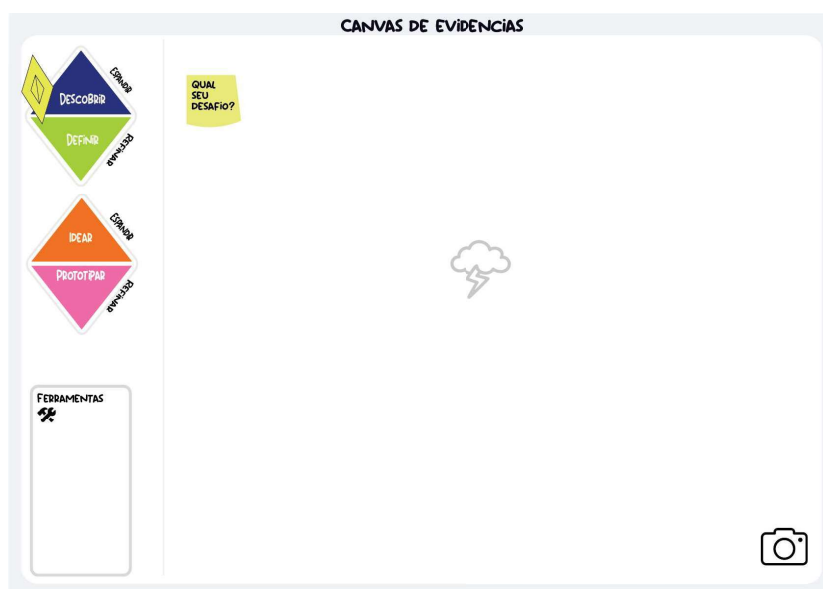


Figura 60: Versão Digital - Modelo 2
Fonte: A Autora, 2025



Figura 61: Versão Digital - Modelo 3
Fonte: A Autora, 2025

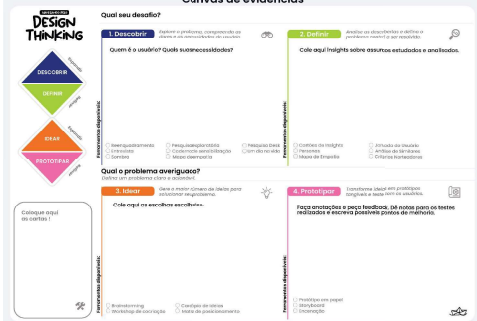
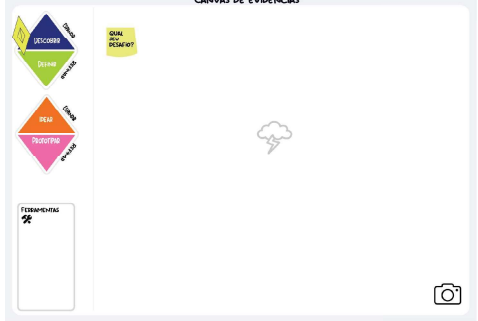
Tabuleiro	 modelo 3	 modelo 2
Acessibilidade	alto	baixo
Adaptabilidade	alto	alto
Gestão à vista	alto	médio
Relevância Pedagógica	alto	baixo
Fidelidade ao Design Thinking	alto	médio
estrutura modular	alto	médio

Figura 62: Matriz de Posicionamento - Caixa
Fonte: A Autora, 2025

Foi definido por meio da análise o Modelo 3. O formato de tabuleiro trouxe dinamismo para a ferramenta, mantendo fidelidade ao Design Thinking e se destacando por sua gestão à vista.

4.6.4 Embalagem

Foi feito 2 rascunhos para os formatos de caixa que melhor se encaixariam no contexto do projeto.

O primeiro modelo apresenta um formato estilo gaveta.

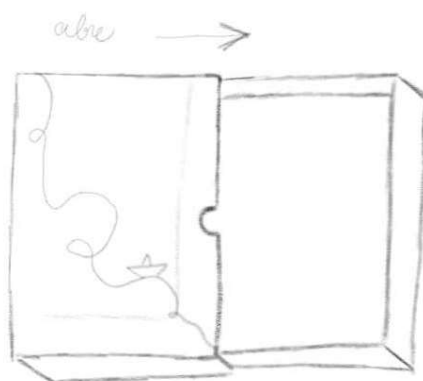


Figura 63: Esboço Caixa - Modelo 1
Fonte: A Autora, 2025

O segundo modelo apresenta um formato comum com abertura para cima.

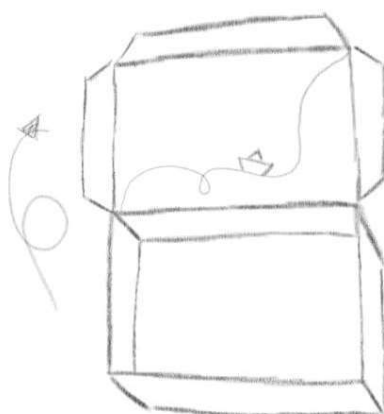


Figura 64: Esboço Caixa - Modelo 2
Fonte: A Autora, 2025

Para melhor visualização foram feitas as versões digitais.

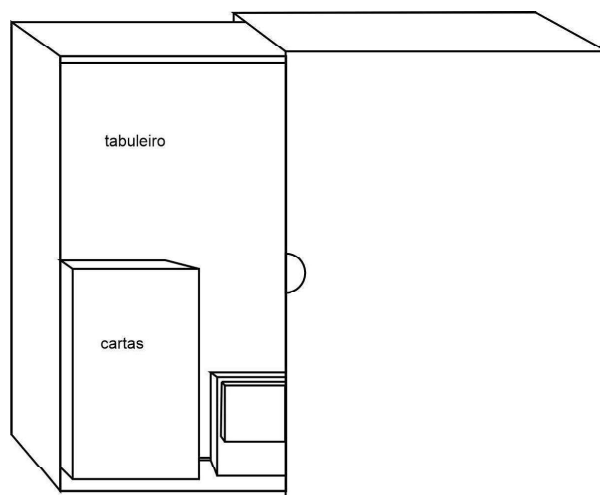


Figura 65: Versão Digital - Modelo 1
Fonte: A Autora, 2025

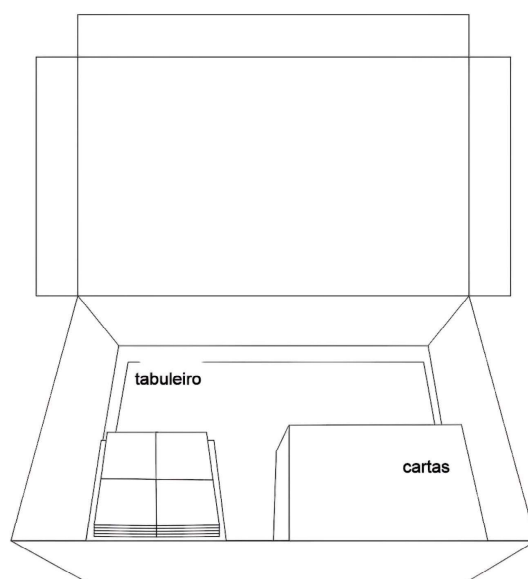


Figura 66: Versão Digital - Modelo 2
Fonte: A Autora, 2025

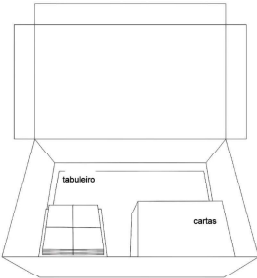
Cartas	modelo 1 	modelo 2 
Otimização de espaço	alto	alto
Organização	alto	alto
acessibilidade	alto	médio

Figura 67: Matriz de Posicionamento - Caixa

Fonte: A Autora, 2025

Após a definição do modelo de embalagem, foi realizada a criação do desenho técnico, para guiar a produção com precisão.

5 PROTOTIPAÇÃO

Com base nas pesquisas realizadas e Layouts definidos nas etapas anteriores, foi iniciada a etapa de prototipação da ferramenta permitindo testar e validar as soluções pensadas anteriormente.

5.1 Protótipo Tabuleiro

O primeiro protótipo foi feito a fim de avaliar os espaçamentos, dimensões do tabuleiro, aplicabilidade, e proporcionalidade em relação aos outros materiais do jogo, como o peão e os post its.

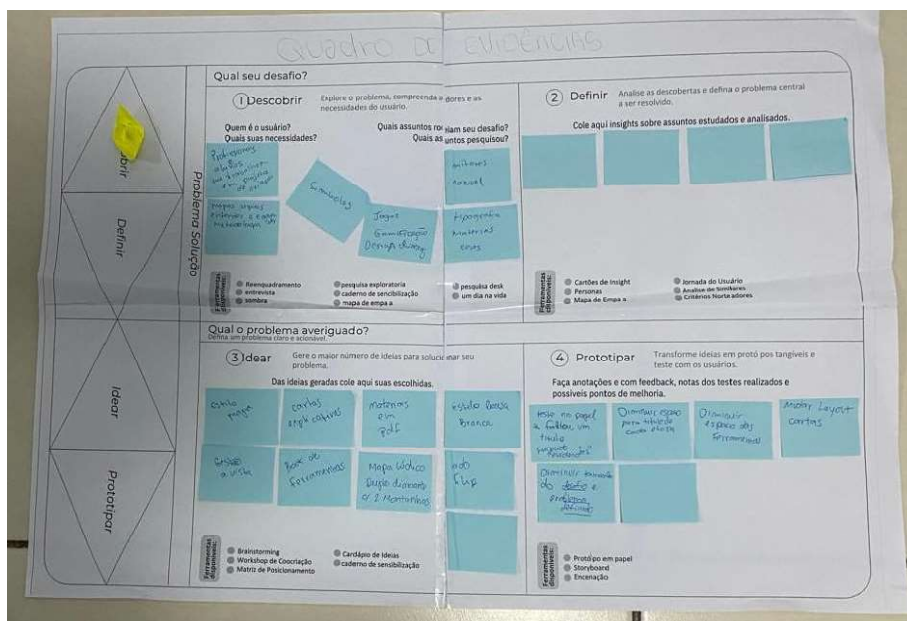


Figura 68: Protótipo em papel
Fonte: A Autora, 2025

O segundo protótipo foi feito em escalas menores, com layouts definitivos, a fim de avaliar contraste, harmonia entre as cores e consistência visual.



Figura 69: Protótipo - Papel colorido
Fonte: A Autora, 2025

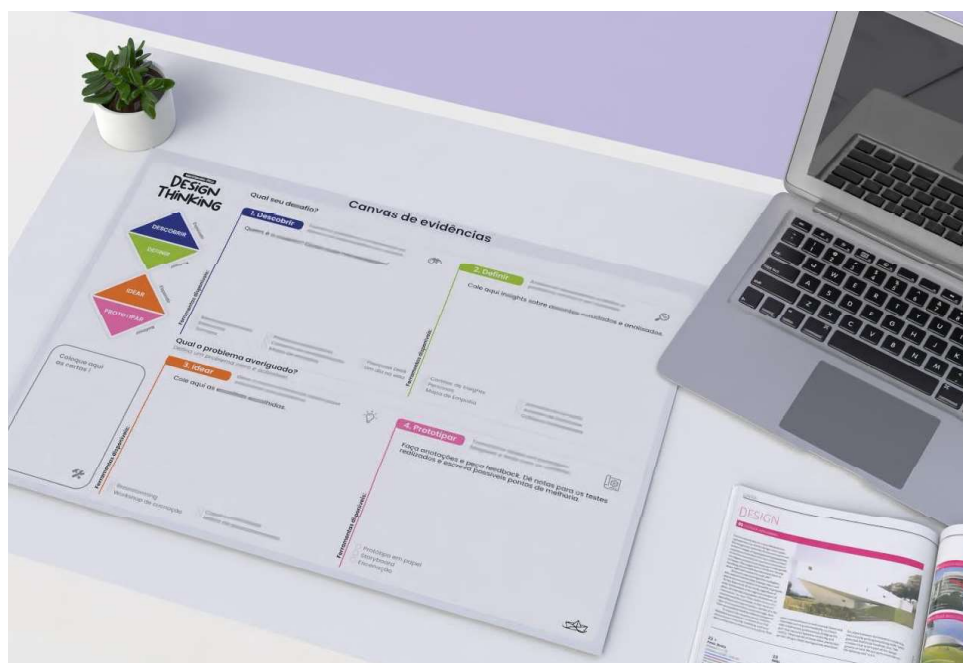


Figura 70: Tabuleiro - Mockup
Fonte: A Autora, 2025

5.2 Protótipo Cartas

Após a definição da paleta de cores, tipografia e layout das cartas, foi finalizada a versão final das 20 cartas do jogo.

DESCOBRIR
1

Pesquisa Exploratória

O que é?
É a busca pelo problema, a necessidade e o contexto que estamos tentando resolver. **Tem como objetivo levantar informações gerais e diferentes pontos de vista.** Pode ser realizada por meio de formulários, e observações em campo.

Modo de Aplicação
Busque explorar o ambiente ou situação em que seu desafio ocorre. Converse com pessoas por meio de entrevistas ou conversas informais, observe seus comportamentos e os sentimentos. O que as pessoas sentem, como interagem, o que funciona, onde está situado e quem são os envolvidos?
Faça anotações, formulários e outros registros que ajudem a compreender o contexto do seu desafio.

DESCOBRIR
Ferramenta | Mapeando Território
1

Qual seu público-alvo? Onde seu desafio ocorre? Observações

Mapa de ações

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 71: Versão Final - Carta 1
Fonte: A Autora, 2025

DESCOBRIR
2

Reenquadramento

O que é?
É examinar o desafio sob diferentes perspectivas e ângulos. É sair do pensamento tradicional para alcançar soluções mais criativas. Muitos problemas podem não aparecer a vista, a mudança de perspectiva pode trazer oportunidades e soluções.

Modo de Aplicação
Com seu desafio escolhido, comece a questioná-lo com perguntas que desafiem a visão construída, usando "e se?" e "será que?"
Exemplo: não consigo terminar meus trabalhos no prazo.
- Será que o problema é realmente o tempo?
- E se for a maneira como eu me organizo?
Anote as perguntas e compartilhe as respostas com a equipe. Elas podem ser fontes importantes para estudos e pesquisas do seu projeto.

DESCOBRIR
Ferramenta | Será mesmo?
2

Meu desafio em uma frase:
Será?
Será?
Será?
Será?

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 72: Versão Final - Carta 2
Fonte: A Autora, 2025

3

DESCOBRIR

Pesquisa Desk

O que é?
É uma pesquisa secundária. Onde são coletadas informações de fontes externas como: dados publicados, artigos, patentes, estudos de caso, sites, livros e vídeos.

Modo de Aplicação
Defina os assuntos que quer aprender, como: comportamentos, tendências, soluções já existentes para seu desafio, entre outros. Faça uma pesquisa na internet ou em livros, salvando referências, fontes e textos.

Não se esqueça de documentar toda sua pesquisa.

3

DESCOBRIR

Ferramenta | Fichas Desk

Informação:	Informação:
Como pode ajudar?	Como pode ajudar?
Fonte:	Fonte:
Informação:	Informação:
Como pode ajudar?	Como pode ajudar?
Fonte:	Fonte:
Informação:	Informação:
Como pode ajudar?	Como pode ajudar?
Fonte:	Fonte:

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!



Figura 73: Versão Final - Carta 3

Fonte: A Autora, 2025

4

DESCOBRIR

Entrevista

O que é?
É um método usado para entender profundamente as necessidades, desejos, problemas, e opiniões do seu público alvo. Seu objetivo é ouvir diretamente o usuário e entender suas experiências

Modo de Aplicação
Escolha bem quem você vai entrevistar. Pense em pessoas que tenham a ver com o seu desafio e que possam te ajudar a entender melhor o problema.
Crie perguntas que façam a pessoa se sentir à vontade para conversar, observe e anote tudo o que achar importante. Você pode usar um caderno, um bloco de notas ou até o computador. Depois junte todas as suas anotações, identificando temas, padrões, dores e necessidades. Esses pontos vão te ajudar a entender melhor o que precisa ser resolvido no seu projeto.

4

DESCOBRIR

Ferramenta | Fichas de Entrevista

Nome do entrevistado:	Observações:
Principais desafios:	
Emoções observadas:	
Nome do entrevistado:	Observações:
Principais desafios:	
Emoções observadas:	
Nome do entrevistado:	Observações:
Principais desafios:	
Emoções observadas:	

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!



Figura 74: Versão Final - Carta 4

Fonte: A Autora, 2025

5

DESCOBRIR

Caderno de Sensibilização

O que é?
É utilizado para entender o ponto de vista do usuário, é um diário onde as pessoas registram suas experiências relacionadas ao problema que quer resolver. O objetivo é captar a rotina, perspectivas, entender o contexto e as necessidades do usuário

Modo de Aplicação
Defina o foco da sua pesquisa: qual é o tema ou desafio que você está investigando?
Crie um caderno com perguntas que ajudem a entender o comportamento, as emoções e os desafios das pessoas.
Alguns exemplos: O que você fez hoje relacionado ao tema? Como se sentiu durante a atividade? Teve alguma dificuldade ou desafio? Como resolveu esse desafio?
Depois reúna todas as respostas e procure por padrões: Quais são os pontos de dor ou dificuldade? Que necessidades aparecem com mais frequência?

5

DESCOBRIR

Ferramenta | Diário das Emoções

Tema:	
1. Ação cumprida:	2. Ação cumprida:
Descreva dificuldades ou facilidades durante a ação:	Descreva dificuldades ou facilidades durante a ação:
3. Ação cumprida:	4. Ação cumprida:
Descreva dificuldades ou facilidades durante a ação:	Descreva dificuldades ou facilidades durante a ação:

Ações e suas Emoções:

1. 😊 😞 2. 😊 😞 3. 😊 😞 4. 😊 😞

Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!



Figura 75: Versão Final - Carta 5

Fonte: A Autora, 2025

6

DESCOBRIR

Um Dia na Vida

O que é?
É uma simulação para entender rotina, desafios dos usuários, e vivenciar problemas enfrentados por eles, ajudando a identificar possíveis pontos de melhorias, oportunidades de inovação.

Modo de Aplicação
Escolha o usuário que você quer entender melhor. Entre no papel, imagine que você é essa pessoa. Interaja com o contexto, passe por situações que fazem parte da rotina do usuário: tarefas, locais, pessoas, dificuldades.

Anote as observações:
Quais foram os momentos mais difíceis?
Quais necessidades? Quais oportunidades?
O que foi positivo?

6

DESCOBRIR

Ferramenta | Registro de Atividades

Qual atividade foi realizada? Em qual contexto?

Dificuldades encontradas:

Sentimentos:

Outros registros importantes:

Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!

Figura 76: Versão Final - Carta 6
Fonte: A Autora, 2025

7

DESCOBRIR

Sombra

O que é?
Consiste em observar discretamente o usuário, durante uma atividade, sem interferir. O objetivo é acompanhar de perto como o usuário realiza as ações e como lida com as situações do dia a dia.

Modo de Aplicação
Escolha a pessoa ou contexto que quer entender, observe de perto e registre tudo que for relevante, como: atividades, atitudes, enfrentamentos, dores, necessidades. Lembre-se de não interferir.

Use um caderno, celular ou ficha de observação.

7

DESCOBRIR

Ferramenta | Registro de Atividades

Quem estou observando?
Em que contexto estou observando?

Dificuldades encontradas:

Sentimentos:

Outros registros importantes:

Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!

Figura 77: Versão Final - Carta 7
Fonte: A Autora, 2025

8

DEFINIR

Cartões de Insight

O que é?
É uma forma de reunir informações importantes, é usado para organizar aprendizados, oportunidades, descobertas, percepções, que podem servir de auxílio para a geração de ideias.

Modo de Aplicação
Junte tudo o que foi descoberto nas entrevistas, observações e pesquisas feitas anteriormente.
Para cada descoberta, crie um cartão como por exemplo:
1.Título: um resumo claro do que foi descoberto;
2.Descrição: explique de forma direta o que foi observado ou aprendido;
3.Desafio ou oportunidade: O que isso revela?
4.Fonte: onde essa informação foi encontrada?

8

DEFINIR

Ferramenta | Cartões de Insight

Título:	Título:
Descrição:	Descrição:
Desafio ou Oportunidade:	Desafio ou Oportunidade:
Fonte:	Fonte:

Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!

Figura 78: Versão Final - Carta 8
Fonte: A Autora, 2025



Figura 79: Versão Final - Carta 9
Fonte: A Autora, 2025



Figura 80: Versão Final - Carta 10
Fonte: A Autora, 2025



Figura 81: Versão Final - Carta 11
Fonte: A Autora, 2025

DEFINIR

13

Jornada do Usuário

O que é?

É visualizar e mapear as etapas que o usuário percorre para interagir com um produto ou serviço. **O objetivo é identificar pontos de emoções, ações, e frustrações do usuário ao longo do percurso.**

Modo de Aplicação

Defina a experiência que quer mapear, divida em etapas, cada etapa é um ponto de interação do usuário.

Exemplo:

- Descoberta- Como o usuário identificou a necessidade?
- Decisão de compra- Por que escolheu o produto?
- Uso- Como interagiu com o produto?
- Após- Como fideliza, cancela ou pede por suporte?

13

DEFINIR

Ferramenta | Blueprint do Usuário

		Descoberta	Compra	Primeiro Uso	Pós Compra
Sentimentos	Pontos de Contato				
Necessidades e Dores	Ações do Usuário				

Utilize seu bloco de notas, post-its, conetas e mão à obra!

14

IDEAR

Brainstorming

O que é?

É uma técnica para estimular geração de grande quantidade de ideias em curto período.

Modo de Aplicação

Não julgue as ideias. Nesse momento não se deve atrapalhar o processo criativo, encoraje, seja visual, quantidade é importante, construa sobre a ideia dos outros. 1 post it = 1 ideia. Distribua canetinhas e estimule a criatividade.

14

IDEAR

Ferramenta | Torde Ideias

1 post-it = 1 ideia



Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 84: Versão Final - Carta 14
Fonte: A Autora, 2025

IDEAR

15

Workshop de Cocriação

O que é?

É uma reunião colaborativa, em que as participantes de diferentes áreas são convidadas para explorar problemas, gerar ideias e criar soluções.

Modo de Aplicação

Selecione os participantes, convide pessoas com diferentes experiências, áreas, funções, para garantir diversidade de opiniões e perspectivas. Prepare o espaço e materiais como canetinhas, post-its e o bloco de folhas. Apresente a tema e o objetivo do workshop, procure elaborar dinâmicas curtas para quebrar o gelo entre participantes. Apresente seus insights, personas e critérios norteadores para que possam iniciar a geração de ideias.

IDEAR

15

Ferramenta | Cronograma para Workshop

Cronograma

1. Convide pessoas de diferentes áreas, para garantir a diversidade de opiniões e perspectivas.
2. Apresente a equipe, os objetivos e explique a metodologia que será utilizada.
3. Compartilhe o desafio central e as informações relevantes levantadas durante a pesquisa.
4. Faça uma dinâmica para quebrar o gelo.
5. Disponibilize os insights, personas e mapas de empatia para orientar a criação. Distribua os papéis, post-its etc.
6. Dê início ao momento de brainstorming.
7. Ao final, reúna todas as ideias em um mural coletivo e permita que todos explorem e votem nas mais relevantes para o projeto.



Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 85: Versão Final - Carta 15
Fonte: A Autora, 2025

IDEAR

16

Cardápio de Ideias

O que é?

É um catálogo apresentando a síntese das ideias geradas, facilitando seu entendimento e validação.

Modo de Aplicação

Agrupe as ideias e organize em forma de categorias ou temas. Crie um título, uma descrição, anote os benefícios, os canais (online, físico), a viabilidade, o custo, os recursos necessários. Apresente para a equipe durante a reunião, para validação e escolha das ideias.

IDEAR

16

Ferramenta | Cardápio de Ideias

Título:	Ideia nº ____	Título:	Ideia nº ____
Descrição:		Descrição:	
Votação:		Votação:	

Título:	Ideia nº ____	Título:	Ideia nº ____
Descrição:		Descrição:	
Votação:		Votação:	



Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 86: Versão Final - Carta 16
Fonte: A Autora, 2025

IDEAR

17

Matriz de Posicionamento

O que é?

É uma ferramenta de análise estratégica de ideias geradas, utilizada para validação em relação aos critérios norteadores e necessidade das personas.

Modo de Aplicação

Análise as ideias com os critérios norteadores. Nesse momentos, determine o peso de cada critério conforme o grau de relevância. Na sequência, aplique a nota para cada ideia.

IDEAR

17

Ferramenta | Matriz de Posicionamento

Ideia nº ____	Críticos Norteadores	Peso	Notas



Utilize seu bloco de notas, post-its, canetas e mão à obra!

Figura 87: Versão Final - Carta 17
Fonte: A Autora, 2025

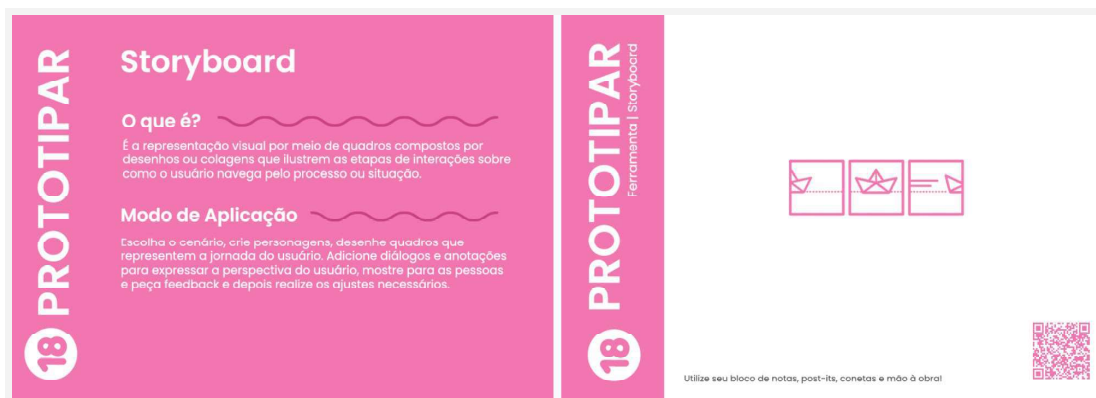


Figura 88: Versão Final - Carta 18

Fonte: A Autora, 2025

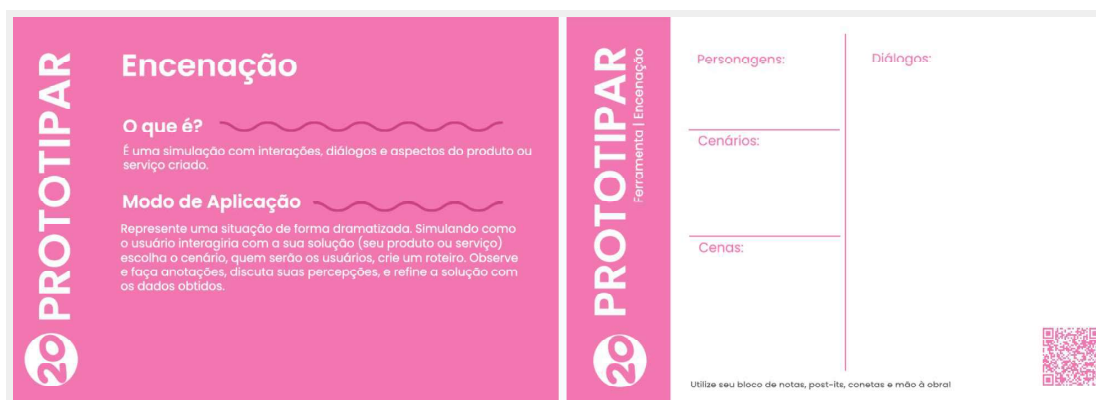
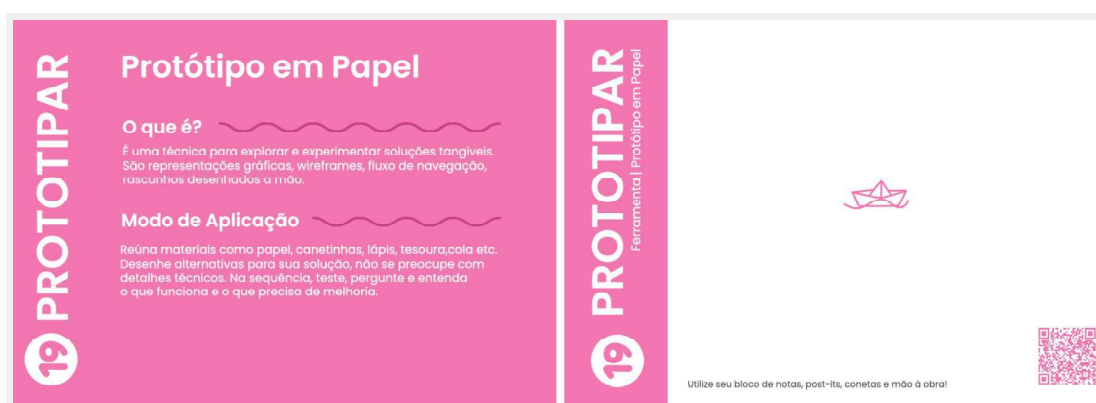


Figura 90: Versão Final - Carta 20

Fonte: A Autora, 2025

O primeiro protótipo foi desenvolvido com o objetivo de testar a legibilidade. Optou-se pelo formato A6, que apresentou uma boa composição entre espaçamento e tamanho adequado para o corpo do texto.

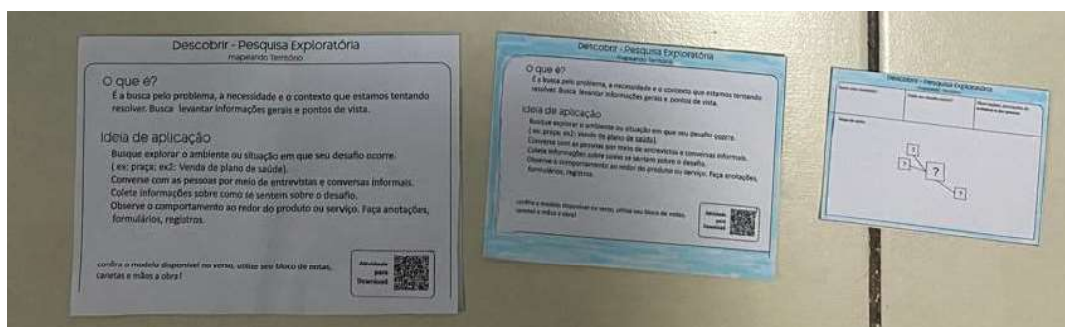


Figura 91: Protótipo em papel
Fonte: A Autora, 2025

O segundo protótipo foi desenvolvido em escala reduzida, com o objetivo de avaliar o conjunto de cartas e o contraste entre as cores.



Figura 92: Protótipo - Papel colorido
Fonte: A Autora, 2025



Figura 93: Cartas - Mockup
Fonte: A Autora, 2025

5.3 Protótipo Embalagem

Após a definição do modelo da caixa, foi elaborado seu desenho técnico com as dimensões internas de 30 x 30 x 5 cm, visando um formato mais compacto.

Dimensões internas 230(L) × 320(C) × 50(A) mm
Dimensões externas 276(L) × 369.6(C) × 56.2(A) mm

Sangria 
Corte 
Vinco 

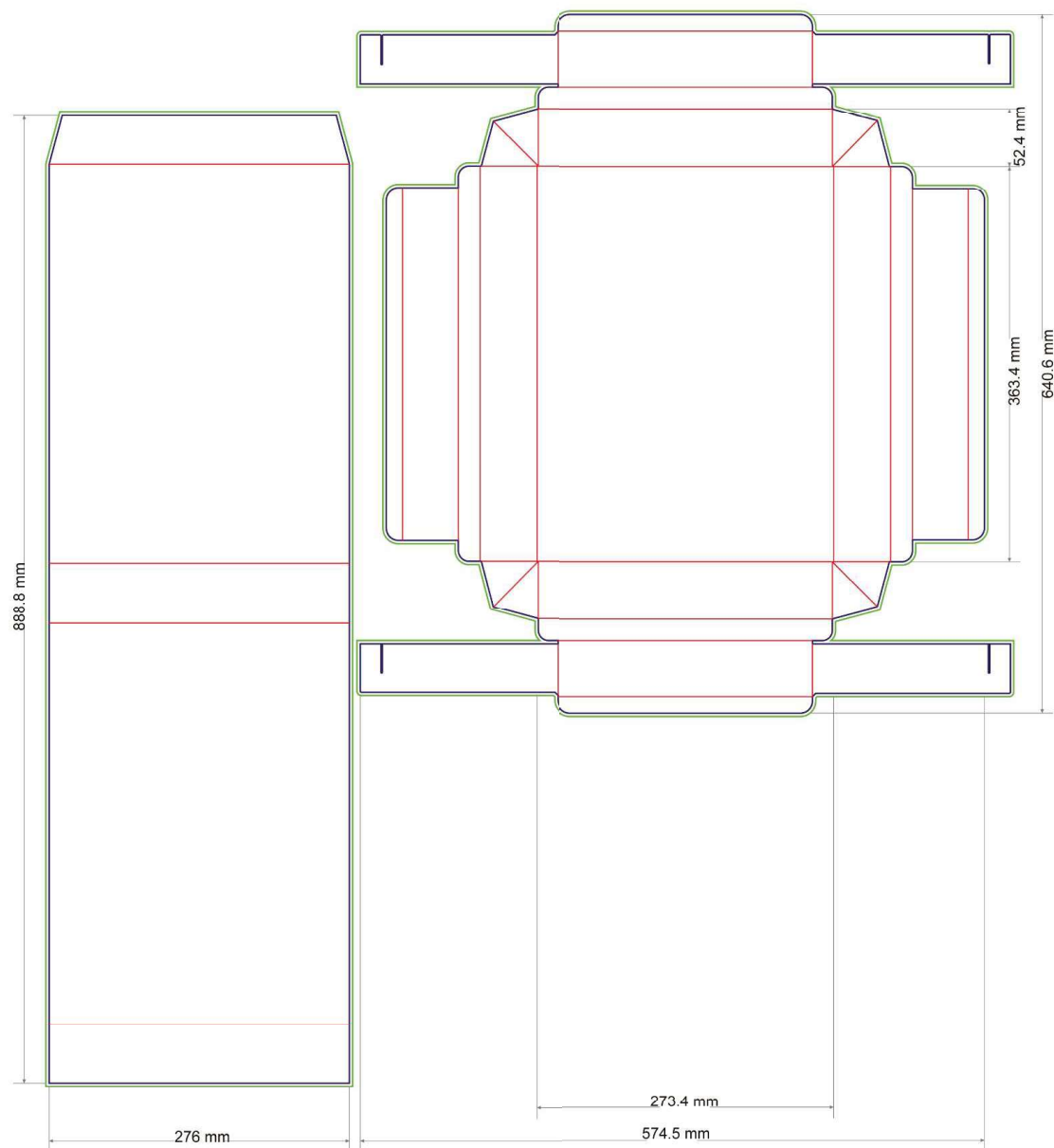


Figura 94: Faca da Embalagem- Desenho técnico
Fonte: A Autora, 2025

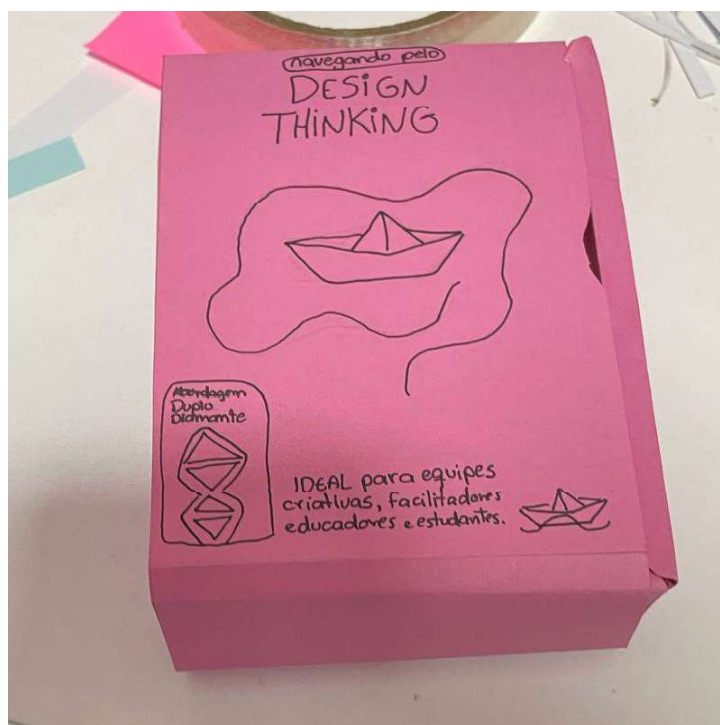


Figura 95: Protótipo em papel - Fechado
Fonte: A Autora, 2025



Figura 96: Protótipo em papel - Aberto
Fonte: A Autora, 2025

Video do protótipo em papel.

https://drive.google.com/file/d/1CkaxAWqL77fG_3ZurGyUYKXRPA4VhXdv/view?usp=sharing

O layout foi definido de forma minimalista, trazendo o manual no verso da embalagem com o objetivo de explicar, de forma breve, o funcionamento do produto antes da compra, alinhando as intenções do usuário com a proposta da ferramenta.

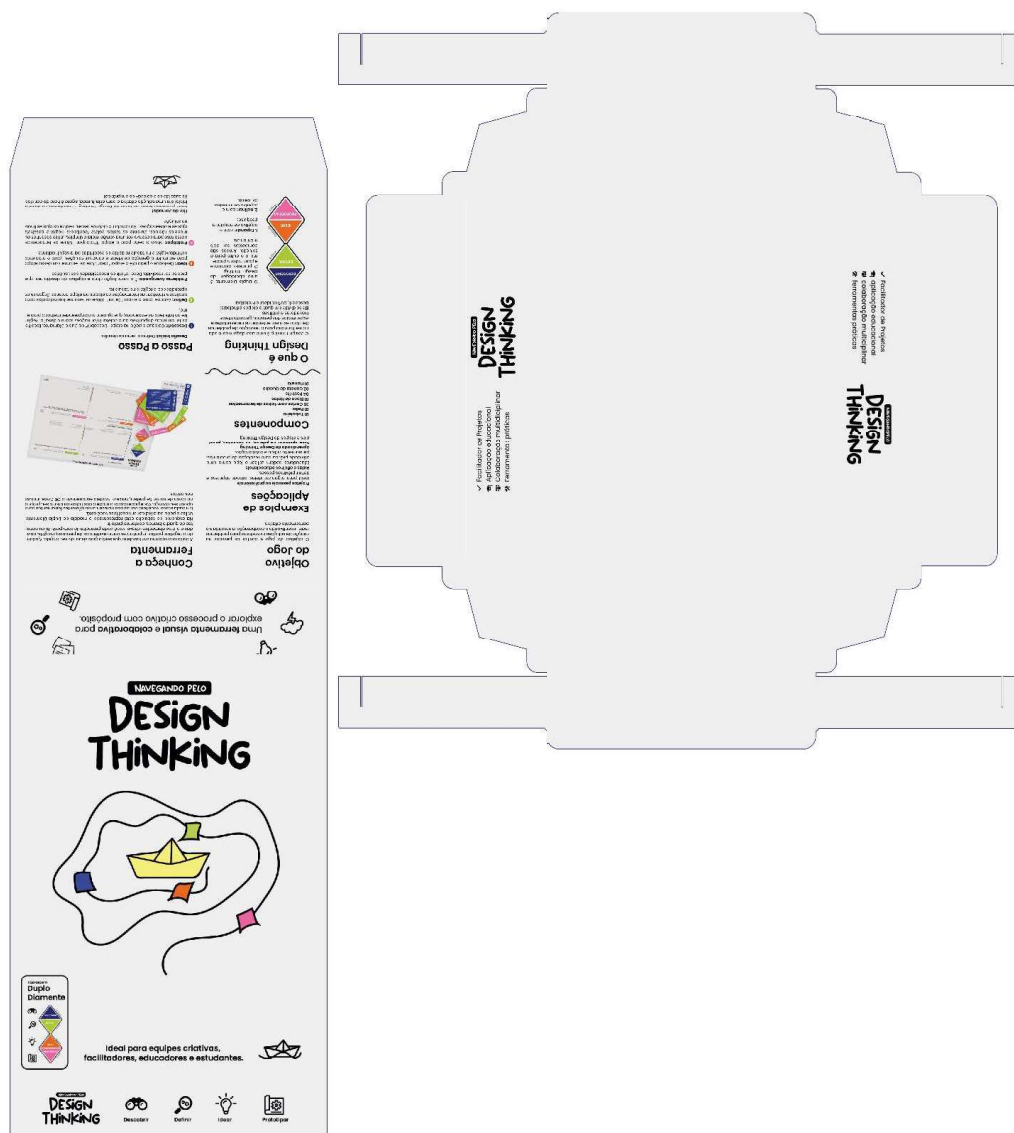


Figura 97: Embalagem - Arte final
Fonte: A Autora, 2025



Figura 98: Embalagem - Inferior
Fonte: A Autora, 2025



Figura 99: Embalagem - Topo
Fonte: A Autora, 2025

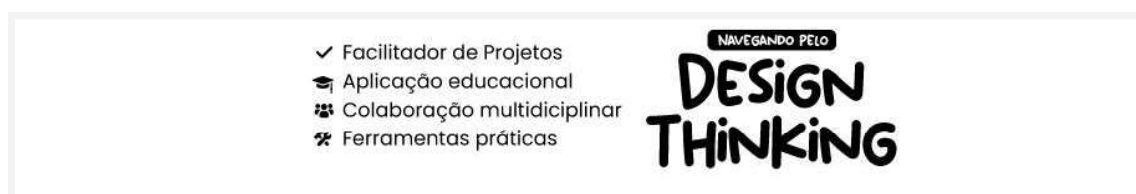


Figura 100: Embalagem - Laterais
Fonte: A Autora, 2025

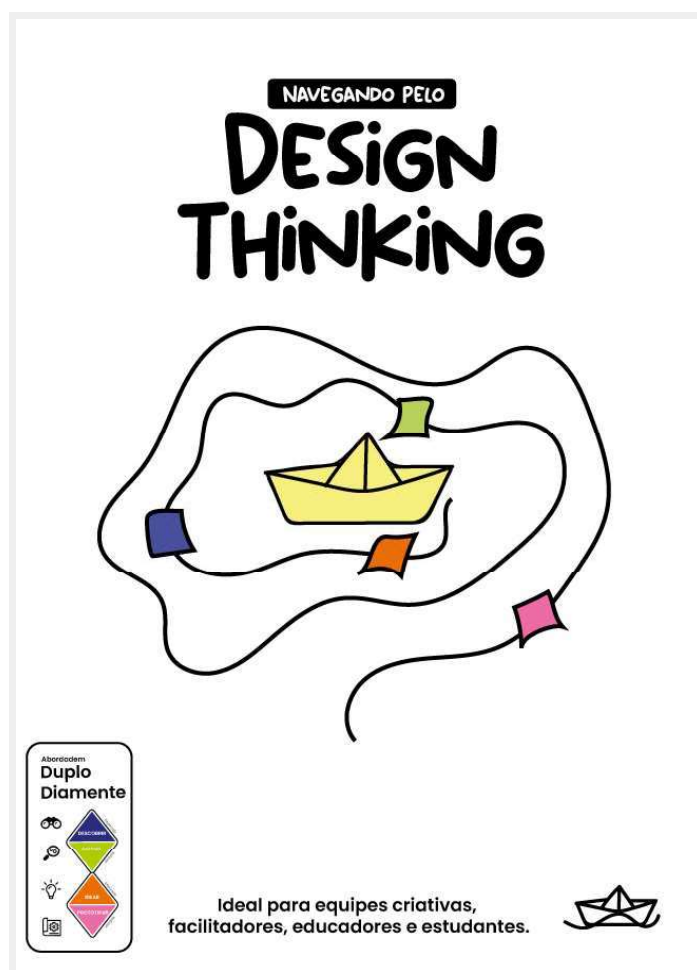


Figura 101: Embalagem - Frente
Fonte: A Autora, 2025

Objetivo do Jogo

O objetivo do jogo é auxiliar as pessoas na criação de soluções inovadoras para problemas reais, incentivando a colaboração, a empatia e o pensamento criativo.

Exemplos de Aplicações

Projetos pessoais ou profissionais
Ideal para organizar ideias, alinhar objetivos e definir próximos passos.

Aulas e oficinas educacionais
Educadores podem utilizar o jogo como uma atividade prática para resolução de problemas, pensamento crítico e colaboração.

Aprendizado do Design Thinking
Para aprender na prática, os conceitos, princípios e etapas do Design Thinking.

Componentes

01 Tabuleiro
01 Peça
20 Cartas com fichas de ferramentas
01 Bloco de Notas
04 Post-its
02 Caneta de Quadro
01 Flanela

Conheça a Ferramenta

A caixa acompanha um tabuleiro que será o guia visual do seu projeto. Ajudando a registrar pontos importantes como evidências de pesquisa, insights, dúvidas e outros elementos-chave. Você pode preenchê-lo com post-its ou canetas de quadro branco, conforme preferir.

Na esquerda do tabuleiro está representado o modelo do Duplo Diamante. Utilize o peão para indicar em qual fase você está.

Em cada etapa, você terá cartas que apresentarão diferentes ferramentas para apoiar seu avanço. Você pode copiar o modelo das fichas ou criar o seu próprio no bloco de notas. Se preferir, baixe o modelo escaneando o QR Code, incluso nas cartas.



O que é Design Thinking

O Design Thinking é uma abordagem centrada no ser humano para a resolução de problemas. Seu foco está em entender as necessidades e experiências das pessoas, gerando ideias inovadoras e práticas. Ele se divide em quatro etapas principais: Descobrir, Definir, Idear e Prototipar.



O Duplo Diamante é uma abordagem do Design Thinking. O primeiro diamante é para tratar o problema e o outro para a solução. Ambos são compostos por dois momentos:

- 1. Expandir:** com o objetivo de ampliar a pesquisa;
- 2. Refinar:** com o objetivo de sintetizar as ideias.

Passo a Passo

Desafio Inicial: Defina o tema ou desafio.

1. Descobrir: Coloque o peão na etapa "Descobrir" do Duplo Diamante. Escolha as ferramentas disponíveis para coletar informações sobre o desafio. Registre no tabuleiro as evidências, que ajudem a compreender melhor o problema.

2. Definir: Avance para a etapa "Definir". Utilize as ferramentas indicadas para analisar e sintetizar as informações coletadas na etapa anterior. Organize os aprendizados, e registre no tabuleiro.

Problema Averiguado: É a formulação clara e objetiva do desafio real que precisa ser resolvido. Deve refletir as necessidades dos usuários.

3. Idear: Desloque o peão até a etapa "Idear". Use as ferramentas dessa etapa para estimular a geração de ideias e construir soluções para o problema definido. Registre no tabuleiro as ideias escolhidas para seguir adiante.

4. Prototipar: Mova o peão para a etapa "Prototipar". Utilize as ferramentas dessa fase para desenvolver uma versão inicial e simples, utilize desenhos ou modelos rápidos. Durante os testes, colete feedbacks. Registre possíveis ajustes e observações. Ao concluir o ciclo de testes, realize os ajustes finais na solução.

Fim da Jornada!

Você percorreu todas as fases do Design Thinking e transformou o desafio inicial em uma solução criativa e bem estruturada. Agora é hora de dar vida às suas ideias e colocá-las em prática!



Figura 102: Embalagem - Verso

Fonte: A Autora, 2025



Figura 103: Embalagem - Mockup
Fonte: A Autora, 2025

5.4 Confecção e Protótipo Final

Após a finalização dos layouts, foi realizada a produção de um protótipo final da ferramenta, foram produzidos o tabuleiro, a caixa, as cartas, a cinta para as cartas e o peão. Dentro da caixa foram incluídos um bloco de folhas, blocos de post its, canetas para lousa e uma flanela.

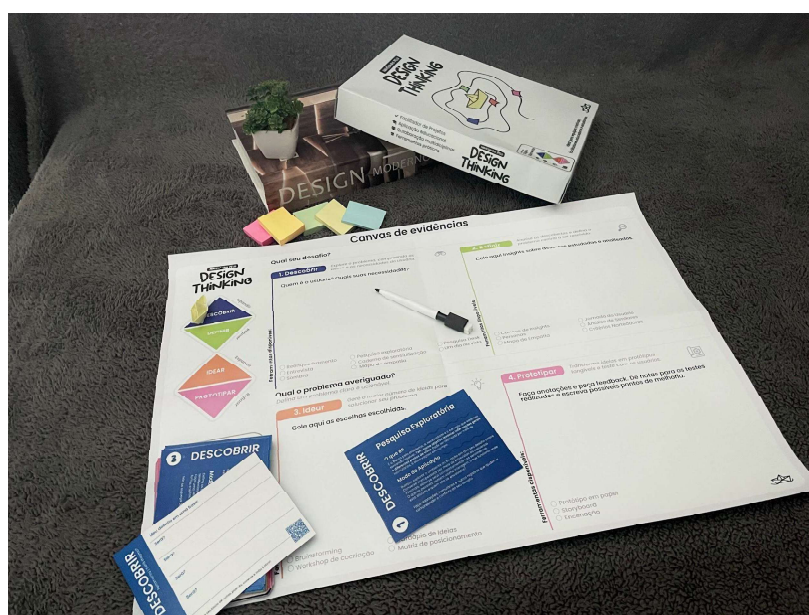


Figura 104: Protótipo final
Fonte: A Autora, 2025

Para sua confecção, foram utilizados os seguintes materiais:

- **Tabuleiro:** confeccionado em lona tamanho A2
- **Cartas:** impressas em papel couchê com gramatura de 250g, no formato A6, com laminação fosca
- **Caixa:** utilizada uma caixa pronta no tamanho 32x23x5 cm, feita em papel triplex, que foi posteriormente adesivada para adaptar-se à identidade visual do projeto.

Apesar desses materiais atenderem à proposta de prototipagem e possibilitarem a realização de testes e validações, outros materiais são mais indicados para a produção final, visando melhor acabamento, resistência e apelo estético.

Materiais ideais:

- **Tabuleiro:** o ideal seria confeccioná-lo em papel Paraná, por sua rigidez e resistência, revestido com adesivo vinílico com laminação brilho, garantindo maior durabilidade e acabamento profissional.
- **Caixa:** o modelo ideal seria confeccionado em papel cartão com gramatura de 300g, permitindo uma produção personalizada, no modelo esboçado na prototipação, respeitando as dimensões e encaixes planejados.



Figura 105: Mockup final
Fonte: A Autora, 2025

6. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo desenvolver uma ferramenta de Design Thinking capaz de auxiliar o aprendizado, a troca de ideias e a gestão de projetos criativos. Para isso, foi necessário compreender todas as etapas do processo de concepção e construção da ferramenta, incluindo pesquisas sobre jogos analógicos, conceitos de gamificação, objetos de aprendizagem, fundamentos do Design Thinking, design visual, tipografia, teoria das cores e materiais gráficos.

A partir das pesquisas realizadas, foram coletados diversos cartões de insight e evidências de projeto o que permitiu colocar o público-alvo no centro da proposta, destacando suas necessidades quanto ao Design Thinking: o desenvolvimento de uma ferramenta criativa para projetos que os auxiliasse e os ensinasse. Essa descoberta ajudou a direcionar a criação da ferramenta de forma mais precisa e alinhada às demandas dos usuários.

Na fase de ideação, a liberdade criativa foi importante para explorar diferentes possibilidades e construir uma experiência envolvente para o usuário. Com base nos dados levantados anteriormente, foram definidos critérios norteadores e utilizadas matrizes de priorização para embasar as decisões. Dessa forma, foram definidos os modelos finais das cartas, do tabuleiro e da caixa, compondo uma ferramenta coesa e funcional.

A fase de prototipagem consolidou a proposta, transformando a teoria do Design Thinking em uma solução prática, visual e interativa. Consideraram-se aspectos de usabilidade, acessibilidade, tipografia, paleta de cores e materiais gráficos, garantindo um resultado atrativo e aplicável em diversos contextos como: ambientes corporativos, acadêmicos e oficinas criativas. O jogo desenvolvido facilita o entendimento da metodologia e promove uma experiência colaborativa, alinhada às exigências de um mercado cada vez mais voltado à inovação. O protótipo final incluiu um conjunto de 20 cartas com orientações práticas, um tabuleiro com estrutura de gestão à vista e uma caixa para transporte e organização dos materiais.

Conclui-se, portanto, que a gamificação do Design Thinking é uma estratégia promissora para fomentar o engajamento, estimular a criatividade e facilitar a resolução colaborativa de problemas. A ferramenta desenvolvida neste trabalho representa um passo concreto nessa direção e abre espaço para futuras melhorias, versões digitais e adaptações para diferentes públicos e contextos de aplicação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALBIGENOR, autor; MILITÃO, Rose. **Jogos, dinâmicas e vivências grupais**. 2000.

FURTADO, Bruna; TARANTO, Gustavo; SANTOS, Nicoli. **Confecção de embalagem para vinho com o tema de RPG Dungeons & Dragons reutilizável como torre de dado**. 2023.

CHIEFOFDESIGN. **Teoria das cores**. Disponível em:
<https://chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>. acesso em 22 de mar. 2025

MATILDE FILMES. **Psicologia das cores: guia avançado para profissionais**. Disponível em:
<https://www.matildefilmes.com.br/psicologia-das-cores-guia-avancado-para-profissionais/>.
 acesso em 22 de mar. 2025

FUTURA EXPRESS. **O que é tipografia?** Disponível em:
<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-tipografia/>. acesso em 22 de mar. 2025

JAUENSE, Grupo. **O que é embalagem: funções e tipos**. Disponível em:
<https://www.grupojuense.com.br/o-que-e-embalagem-funcoes-e-tipos>. acesso em 25 de mar. 2025

LERoy MERLIN. **Lona plástica**. Disponível em: <https://www.leroymerlin.com.br/lona-plastica>.

NORMAN, Donald. **Design do dia a dia**. Tradução de Maria Luiza X. Ferreira. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2007.

NORMAN, Donald. **Design emocional**. Tradução de Maria Luiza X. Ferreira. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2004.

OFF PAPER. **O que é laminação?** Disponível em:
<https://www.offpaper.com.br/o-que-e-laminacao/>. acesso em 25 de mar. 2025

PROMOPRESS. **Papéis para impressão: 12 tipos**. Disponível em:
<https://www.promopress.com.br/post/pap%C3%A9is-para-impress%C3%A3o-12-tipos#:~:text=Ele%20%C3%A9%20o%20meio%20termo,180%20a%20240%20g%2Fm%C2%B2>.
 acesso em 25 de mar. 2025

PGCL. **Gamificação na educação**. Disponível em:
http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/gamificacao_na_educacao_011120181605.pdf.
 acesso em 25 de mar. 2025

TURBOLOGO. **Psicologia da fonte**. Disponível em:
<https://turbologo.com/pt/blog/psicologia-da-fonte/>. acesso em 25 de mar. 2025

WILMSEN, Ezequiel de Lima. **Lúdica mente: jogo inclusivo para desenvolvimento de crianças com transtorno do espectro autista**. TCC, 2023.

WILMSEN, Ezequiel de Lima. **Design Thinking: inovação e negócios**. São Paulo: Editora HSM, 2021.

BROWN, Tim. **Design thinking**. São Paulo: Editora Elsevier, 2016.

FIA. **O que é Design Thinking?** Disponível em: <https://fia.com.br/blog/design-thinking/>. acesso em 02 de abr. 2025

INSTA 3D. **What is PETG? Everything you need to know**. Disponível em:
<http://pt.insta3dm.com/info/what-is-petg-everything-you-need-to-know-76943465.html>.
acesso em 02 de abr. 2025

SUL AMERICANA PAPEL. **Papel cartão laminado**. Disponível em:
<https://www.sulamericanapapel.com/papel-cartao-laminado>. acesso em 02 de abr. 2025

DIPLOMATA. **Papelão Paraná**. Disponível em:
<https://diplomata.com.br/produto/papelao-parana/>. acesso em 02 de abr. 2025