

INTUICIÓN, ACCIÓN, CREACIÓN

GRAPHIC DESIGN THINKING



ELLEN LUPTON (ed.)

GG®

Índice

- 04 Introducción
- 06 El proceso de diseño

- 01** 14 **Cómo definir el problema**
- 16 Lluvia de ideas
- 22 Mapas mentales
- 26 Entrevistas
- 30 Grupos de discusión
- 38 Investigación y documentación visual
- 42 Matrices de posicionamiento de marca
- 46 Libros de marca
- 50 Investigación de campo
- 56 *Briefing* creativo

- 02** 60 **Cómo generar ideas**
- 62 Volcado visual de datos
- 68 Asociaciones forzadas
- 74 Verbos de acción
- 78 Encontrar de todo en todas partes
- 82 Figuras retóricas
- 88 Icono, indicio, símbolo
- 92 Colaboración
- 96 Codiseño
- 100 Diario visual
- 104 *Lost in Translation*
- 108 Presentación de conceptos

- 03** 112 **Cómo definir la forma**
- 114 Esprintar
- 120 Retículas alternativas
- 126 Kit de piezas
- 132 Lenguajes de marca
- 136 Maquetas
- 140 Pensamiento físico
- 144 Sácalo fuera
- 148 Herramientas insólitas
- 156 Reutilización
- 160 Reconstrucción
- 166 **Cómo piensa un diseñador**
- 167 ¿Por dónde empiezas?
- 171 ¿Cómo defines una forma?
- 177 ¿Cómo editas?
- 183 Índice alfabético