

ÍNDICE

Índice de figuras	xii
Índice de tabelas	xvi
Índice de gráficos	xvii
Lista de acrónimos	xviii
Nota explicativa	xix

Capítulo 1 — Introdução ao tema	1
1.1. Enquadramento temático	3
1.2. Motivação	4
1.3. Correntes de pensamento	4
1.4. Lacuna de investigação	5
1.5. Questão e Hipótese de investigação	6
1.6. Estado da Ciência	7
1.7. Objetivos	8
1.8. Metodologia	9
1.9. Plano de Trabalho	13
Capítulo 2 — Indústria cerâmica e design em Portugal	15
2. Indústria Cerâmica	17
2.1. Breve contextualização histórica	17
2.2. Evolução da cerâmica em Portugal	19
2.2.1. Análise SWOT	24
2.2.2. Tipologia de produtos	25
2.2.3. Cerâmica Utilitária e Decorativa	26
2.3. Design de cerâmica em Portugal.	27
2.3.1. Análise de produtos e empresas.	29
Capítulo 3 — I&D, modelos de ensino e inovação regional	33
3.1. Atividades de Investigação e Desenvolvimento (I&D)	35
3.2. Educação em Design	36
3.2.1. Breve contextualização histórica.	36
3.2.2. Educação baseada na experiência.	37
3.2.2.1. Cooperação entre universidade e indústria	38
3.2.3. Modelos de ensino.	39
3.2.4. Metodologias em Design.	40
3.2.4.1. Pensamento criativo e pensamento crítico	42
3.3. Inovação regional	43
3.3.1. Design como estratégia competitiva e de diferenciação	44
3.3.1.1. Design e o Marketing	45

3.3.2. Sustentabilidade no desenvolvimento de produtos	46
3.4. Caso de Estudo	48
3.4.1. Briefing	48
3.4.2. Metodologia de trabalho	49
3.4.3. Desenvolvimento	49
3.4.4. Resultados Obtidos	53
3.4.5. Proposta de estrutura	55
Capítulo 4 — Desenvolvimento projetual	60
4.1. Fase 1 — Investigação	61
4.1.1. Conhecer a empresa	61
4.1.1.1. Caracterização evolutiva	62
4.1.1.1.2. Tipologia de produtos que desenvolvem	63
4.1.1.1.3. Análise de materiais	64
4.1.1.1.4. Produção	65
4.1.1.1.5. Visão e valores	67
4.1.1.1.6. Caracterização dos clientes	68
4.1.1.1.6.1. Análise-síntese de comportamentos dos clientes	68
4.2. Conhecer o mercado	69
4.2.1. Determinação de oportunidades de melhoria	69
4.2.2. Comparação da oferta	69
4.2.2.1. Produtos semelhantes dentro do distrito	69
4.2.2.2. Produtos repelentes	71
4.2.2.2.1. Si Repel Mosquito	75
4.2.3. Necessidades da população com problemas de insetos	75
4.2.3.1. Comportamentos dos insetos	75
4.3. Fase 2 — Desenvolvimento conceptual	78
4.3.1. Geração de ideias e conceitos	78
4.3.1.1. Conceito 1	80
4.3.1.2. Conceito 2	80
4.3.1.3. Conceito 3	81
4.3.1.4. Conceito 4	81
4.3.2. Seleção do conceito	82
4.3.3. Realização de modelos de estudo	83
4.3.4. Desenvolvimento do modelo computacional	83
4.4. Fase 3 — Construção do protótipo	85
4.4.1. Componente em metal	85
4.4.2. Componente em cerâmica	85

4.5. Fase 4 — Ponderações finais	87
4.5.1. Pequeno teste ao efeito repelente	87
4.5.2. Identificação visual do produto	89
4.5.2.1. Definição do nome	89
4.5.2.2. Desenvolvimento do logotipo	90
4.5.2.3. Cartazes de apresentação do produto	90
4.5.2.4. Desenvolvimento da embalagem	93
4.5.2. Ciclo de vida do produto	93
Capítulo 5 — Conclusão	97
5. Conclusões finais e perspectivas futuras	99
5.1. Conclusões finais	99
5.2. Perspectivas futuras	102
Referências Bibliográficas	105