

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO	1
1.1. ENQUADRAMENTO E MOTIVAÇÃO	2
1.2. PROBLEMA E OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO.....	3
1.3. QUESTÕES ORIENTADORAS.....	4
1.4. METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL	4
1.5. ESTRUTURA ORGANIZATIVA DO DOCUMENTO	6

CAPÍTULO 2

CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA.....	8
2.1. A LUZ	9
2.1.1. DEFINIÇÃO TÉCNICA	10
2.1.2. FONTES DE LUZ	10
2.1.3. PRINCIPAIS PARÂMETROS E UNIDADES DE LUZ.....	11
2.2. O SISTEMA VISUAL E A PERCEÇÃO HUMANA	17
2.2.1. O MECANISMO DE VISÃO	17
2.2.2. TIPOS DE VISÃO.....	19
2.2.3. O PROCESSO DE PERCEÇÃO	19
2.3. IMPACTO DA ILUMINAÇÃO NO COMPORTAMENTO HUMANO	20
2.3.1. EFEITOS NÃO VISUAIS DA ILUMINAÇÃO.....	21
2.3.2. IMPACTO EMOCIONAL DA ILUMINAÇÃO	23
2.4. A EMOÇÃO E A EXPERIÊNCIA COMO FATORES IMPLÍCITOS NO DESIGN.....	26
2.4.1. DESIGN EMOCIONAL E PRINCIPAIS ABORDAGENS.....	27
2.4.2. DESIGN PARA A EXPERIÊNCIA	31
2.5. O DESIGN DE ILUMINAÇÃO DOMÉSTICA.....	33
2.5.1. A EVOLUÇÃO DA ILUMINAÇÃO ARTIFICIAL	34
2.5.2. A INFLUÊNCIA DA ILUMINAÇÃO DE PALCO NO DESIGN DE ILUMINAÇÃO	36
2.5.3. TENDÊNCIAS NO DESIGN DE ILUMINAÇÃO	37
2.5.4. AS NOVAS EXIGÊNCIAS NO DESIGN DE ILUMINAÇÃO DOMÉSTICA.....	43

CAPÍTULO 3	
ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO	45
3.1. ANÁLISE DE PRODUTOS SEMELHANTES EXISTENTES NO MERCADO	46
3.2. SEGMENTAÇÃO E DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO	52
3.3. ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO	53
3.3.1. DEFINIÇÃO DE REQUISITOS CONCEPTUAIS	53
3.3.2. DEFINIÇÃO DE REQUISITOS DE USABILIDADE.....	54

CAPÍTULO 4	
DESENVOLVIMENTO E DESIGN PRELIMINAR	56
4.1. BRAINSTORMING	57
4.1.1. GERAÇÃO DE CONCEITOS	57
4.1.2. ANÁLISE, AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DO CONCEITO A DESENVOLVER	62
4.1.3. DESENVOLVIMENTO CONCEPTUAL.....	64
4.2. ESTUDO TRIDIMENSIONAL DO CONCEITO SELECIONADO	65
4.3. FOCUS GROUP	68
4.3.1. CONTEXTUALIZAÇÃO	68
4.3.2. AMOSTRA E SELEÇÃO DOS PARTICIPANTES.....	69
4.3.3. METODOLOGIA.....	69
4.3.4. APRESENTAÇÃO DE DADOS	70
4.3.5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	71
4.3.6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
4.4. MELHORIAS FINAIS DO PRODUTO	75

CAPÍTULO 5	
PROJETO DE EXECUÇÃO	76
5.1. ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO	77
5.1.1. APRESENTAÇÃO TRIDIMENSIONAL DO PRODUTO.....	78
5.1.2. GEOMETRIA DO PRODUTO	79
5.1.3. ARQUITETURA DO PRODUTO	80
5.2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO	82

5.2.1. COMPONENTES ELÉTRICOS.....	82
5.2.2. MATERIAIS E PROCESSOS DE FABRICO.....	83
5.3. COMUNICAÇÃO DO PRODUTO (BRANDING)	85
5.3.1. NOME DO PRODUTO	86
5.3.2. LOGÓTIPO DO PRODUTO	86
5.3.3. EMBALAGEM DO PRODUTO	88
5.4. PROTOTIPAGEM.....	89

CAPÍTULO 6	
FAMÍLIA DE PRODUTOS	92
6.1. CANDEEIRO DE MESA.....	93
6.2. CANDEEIRO DE CHÃO.....	96
6.3. CANDEEIRO DE PAREDE	101

CAPÍTULO 7	
CONCLUSÕES	105
7.1. ANÁLISE CONCLUSIVA E RESPOSTA ÀS QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	106
7.2. LIMITAÇÕES DE INVESTIGAÇÃO E TRABALHO FUTURO.....	107

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	109
---------------------------------	-----

ANEXOS.....	117
-------------	-----