

10

Compreensão essencial da iluminação

No presente capítulo, mostra-se como as 73 pré-proposições geradas no capítulo anterior foram submetidas à apreciação crítica de um grupo de juizes, para que se chegasse às 65 proposições finais da tese.

A primeira seção do capítulo traz uma síntese das interações do autor com cada um dos árbitros. A segunda seção lista as proposições finais, desenvolvidas a partir do trabalho dos árbitros. Algumas das proposições foram integralmente mantidas, tomando-se por base as pré-proposições que as originaram. Outras foram completamente modificadas. Para cada proposição, mostra-se então como se chegou ao enunciado final a partir da pré-proposição correspondente. Depois das proposições finais, mostram-se as “proposições extraordinárias”, as quais são explicadas detalhadamente na seção 10.1.5. A terceira e última seção sintetiza proposições finais e extraordinárias em 15 temas essenciais.

10.1. A palavra dos árbitros

A análise dos juizes comportou apenas a avaliação do material registrado no Capítulo 9. Não se pediu que eles tivessem qualquer contato com as considerações mostradas nos quatro capítulos de referencial teórico. Foram entregues dois documentos aos juizes: algumas folhas que continham somente as 73 pré-proposições e uma cópia do Capítulo 9, à qual eles deveriam recorrer somente se tivessem alguma dúvida no contato com as pré-proposições.

Depois de uma entrevista inicial, cada árbitro permaneceu com o material a ser criticado por cerca de duas a três semanas. Seguiram-se novas entrevistas em profundidade, parcialmente registradas em áudio, nas quais os juizes estiveram

livres para tecer quaisquer comentários que julgassem pertinentes. As entrevistas estenderam-se por períodos de uma hora até duas horas e meia.

Não foi difícil formar o grupo de juizes, os quais se mostraram sempre disponíveis para debater as inúmeras questões trazidas pelo pesquisador. Ainda que um grupo formado por cinco árbitros talvez pareça pequeno perante a complexidade de um tema tão multifacetado, acredita-se que a equipe apresentada na Figura 30 tenha sido mais do que suficiente para dinamizar o entendimento do pesquisador acerca das pré-proposições por ele mesmo elaboradas.

Figura 30: A equipe de árbitros

A filósofa

Maria da Penha Felício dos Santos de Carvalho
Bacharel, Mestre e Doutora em Filosofia

O psicólogo

Jorge Augusto de Sá Brito e Freitas
Bacharel em Psicologia
Doutorando em Administração de Empresas
Bacharel em Ciências Econômicas, Direito e Administração de Empresas

O engenheiro elétrico

Jorge Ferreira da Silva
Bacharel em Engenharia Elétrica
Doutor em Engenharia de Produção e Mestre em Engenharia Eletrônica
Mestre em Administração de Empresas

O oftalmologista

Carlos Fernando Ferreira
Médico especialista em Oftalmologia

O arquiteto

Fábio Bittencourt
Bacharel em Arquitetura
Mestre em Conforto Ambiental e Urbanismo

10.1.1 A filósofa

No primeiro contato com a filósofa Maria da Penha, momento em que ela passou os olhos de forma superficial pelas pré-proposições, foram proferidas duas observações gerais. Em primeiro lugar, acerca da grande quantidade de proposições geradas pelo trabalho. Para a filósofa, cuja pesquisa de Mestrado foi

desenvolvida no âmbito da fenomenologia, a forma de descrição do fenômeno em estudo por meio de tantas proposições revigora a habilidade do método em fomentar conhecimento mesmo fora do domínio da Filosofia. Em segundo lugar, Maria da Penha fez notar que algumas pré-proposições pareciam, a princípio, por demais prescritivas, o que poderia entrar em conflito com a natureza essencialmente descritiva da fenomenologia. Certas proposições, tais como Pp6, Pp13 e Pp18, entre outras, mais pareciam recomendações para empresas do que possibilidades de descrição do fenômeno.

Em uma segunda oportunidade, depois do estudo detalhado da lista de pré-proposições pela juíza, a impressão de que um tom prescritivo pudesse estar se sobressaindo ao descritivo foi repensada e descartada. A fenomenologia, segundo Penha, deve procurar descrever “antes de qualquer explicação, as coisas como se apresentam”. Descrever um fenômeno não significa que jamais se poderá chegar à prescrição; a idéia fundamental é que na observação do fenômeno, o pesquisador deve abster-se de explicar e de julgar. Contudo, após se ter feito a observação e a descrição, sem o julgamento, pode-se buscar a prescrição. Como o pesquisador está desenvolvendo o presente trabalho na área de Administração, era natural que fizesse algumas prescrições, as quais, entretanto, foram geradas com base na descrição do fenômeno tal como ele foi vivenciado pelos que o experienciaram.

Outra perspectiva interessante registrada pela filósofa foi a comparação da percepção da iluminação pelos consumidores com a idéia fenomenológica do “corpo do sujeito”. Segundo os pensadores fenomenológicos, especialmente Maurice Merleau-Ponty, maior discípulo e mais fiel dos seguidores de Husserl, o corpo é um invólucro silencioso cuja consciência não costuma estar permanentemente à tona: o corpo só fala em situações extremas. O indivíduo só se dá conta de que existe o corpo quando ele passa por situações de prazer intenso ou de dor, fadiga ou doença. De maneira análoga, a iluminação em uma loja de serviços parece só poder ser percebida quando é especialmente agradável ou desagradável. A luz simplesmente existe, ainda que sua percepção não esteja acessível para aqueles que a experimentam, a menos que seja uma “iluminação muito linda ou de extremo mau gosto”. Em certas situações, por outro lado, talvez seja desejável fazer com que essa luz fale. A observação de Maria da Penha reforçaria, portanto, a relevância das pré-proposições Pp2 e Pp3 como “a base do entendimento da luz” em ambientes de serviços.

Na opinião da filósofa, as pré-proposições são autônomas – cada uma faz sentido por si mesma – e estão claras e bem articuladas, ainda que algumas delas pareçam contraditórias ou repetitivas. No entanto, quando examinadas novamente, existem diferenças sutis entre os enunciados daquelas proposições, as quais justificariam a permanência de ambas. Essa seria a razão pela qual a filósofa manteria, por exemplo, o par Pp1 e Pp4. Apesar de aparentemente contraditórias, sutilezas nos termos do enunciado de Pp4 não invalidariam Pp1 mas, ao contrário, poderiam fazer com que as duas proposições fossem apreciadas em conjunto.

Em dois casos, a filósofa pediu que a pré-proposição fosse dividida em duas, por conta de um enunciado que tratava de dois aspectos diferentes ou de duas facetas distintas de uma mesma questão. Isso aconteceu com Pp19 e com Pp26. Algumas modificações sutis foram pedidas nas proposições Pp12, Pp13 e Pp42. Em outros casos, o desconhecimento do vocabulário de Administração fez com que a juíza não entendesse alguns enunciados: Pp46 (“diferencial competitivo”) e Pp60 (“qualidade percebida”). Já Pp20 e Pp54 foram consideradas demasiadamente vagas e a filósofa pediu sua exclusão. Duas pré-proposições foram consideradas idênticas – Pp47 e Pp66 – e, como Pp66 pareceu melhor redigida, ela solicitou a eliminação de Pp47. Com relação a Pp25, Penha fez notar que “distúrbios de visão” não são “necessidades” dos clientes e pediu a substituição do termo por “peculiaridades”.

A filósofa Maria da Penha sugeriu que as proposições fossem agrupadas para que possam ser melhor visualizadas e, eventualmente, testadas. Ela formou três conjuntos, a título de exemplo, lembrando que muitas vezes proposições que apareceram distantes no relatório, porque foram geradas em momentos distintos, poderiam ser aproximadas em uma nova oportunidade. O primeiro grupo sugerido pela filósofa agrega Pp18, Pp19 e Pp64; o segundo grupo junta Pp55, Pp57, Pp58, Pp59 e Pp60; o terceiro grupo reúne Pp1, Pp4, Pp69, Pp70 e Pp71.

10.1.2. O psicólogo

Jorge Freitas foi o árbitro que estudou por mais tempo as pré-proposições, ficando de posse do material por quase quatro semanas. Suas contribuições foram

bastante detalhadas e abordaram cada proposição em separado, sem que fossem feitos quaisquer comentários com relação ao conjunto de todas as proposições. Todas as suas críticas foram bastante ponderadas e defendidas por escrito.

O árbitro chegou a rephrasear os enunciados inteiros de algumas pré-proposições. Ao pesquisador foram devolvidas as folhas impressas com as proposições originais e também com as novas versões sugeridas pelo psicólogo. Assim foi com Pp10, Pp18, Pp34, Pp36, Pp51 e Pp69. Para cada uma delas, Jorge Freitas conservou o significado das proposições, manteve os termos utilizados e somente reescreveu a frase de modo que seus enunciados ficassem mais claros, mais diretos ou mais sintéticos. Para algumas dessas proposições, julga-se que os novos enunciados ficaram de fato bem mais adequados.

Uma das primeiras observações de Jorge Freitas disse respeito à necessidade de uniformização dos enunciados das proposições com relação aos termos utilizados. O árbitro sentiu-se incomodado com o fato de se chamar os empregados das lojas de serviços ora como “funcionários”, ora como “servidores”, ora simplesmente como “empregados”. A solução sugerida por Freitas foi a adoção do termo “operadores de serviços” para todas as proposições, uma vez que “o termo ‘servidores’ ou é termo de repartição pública ou está associado a ‘hardware’ de Tecnologia da Informação” e “funcionários” ou “empregados da loja” estaria “caindo em desuso entre os politicamente corretos”.

Outra questão bastante interessante surgiu na análise da pré-proposição Pp24 pelo psicólogo. Na opinião de Jorge Freitas, dificilmente os clientes têm uma exposição duradoura a um serviço. Ele lembrou que “adolescentes em lojas de jogos coletivos (‘LAN houses’)” talvez sejam expostos ao ambiente “por longos períodos de tempo”, porém isso não significa que essa exposição seja duradoura. Cabe notar que o árbitro não havia sido informado de que uma das empresas pesquisadas havia sido exatamente uma dessas lojas (ver: PGCC, seção 7.2.1). Assim, é possível que o pesquisador se tenha deixado contaminar por uma única empresa, o que estimularia a revisão da proposição e a mudança de seu enunciado.

Assim como a filósofa Maria da Penha, o psicólogo Freitas também solicitou que as proposições 19 e 26 fossem desdobradas em duas, já que cada uma delas contém mais de uma idéia. O psicólogo foi um pouco além e demandou que outras proposições também fossem divididas em duas ou em até três novas

proposições. Assim foi o caso de Pp1, Pp14, Pp27 e Pp68, que poderiam gerar duas proposições cada uma, e de Pp10, que ficaria melhor se desdobrada em três proposições.

Acredita-se, contudo, que para algumas dessas pré-proposições a idéia de desdobramento possa fazer com que se perca a síntese embutida na lógica de formação das proposições. Veja-se, por exemplo, o caso da Pp1, para a qual o psicólogo sugere que sejam criadas três proposições, em que sealaria primeiro que a percepção da luz é sutil e, numa segunda proposição, que essa percepção é fugaz. Os argumentos do juiz foram totalmente pertinentes. De acordo com Jorge Freitas, a percepção sutil é “permanente no tempo, porém de difícil detecção”, enquanto que a fugaz “envolve tempo, percebe-se em um momento e em outro, não”. Por outro lado, talvez esse desdobramento seja mais adequado em uma outra etapa da pesquisa, caso as proposições venham a tornar-se hipóteses para submissão a testes estatísticos. Possivelmente, os enunciados das pré-proposições Pp10 e Pp14 também comportariam discussões semelhantes.

Com relação a Pp27, incomodou ao árbitro o fato de a pré-proposição traz uma afirmativa que, em seguida, é reforçada com a “negativa da negativa”. A sugestão do árbitro foi dividir a pré-proposição em duas, para que se possa falar em um primeiro momento da limpeza e da assepsia e, num segundo instante, da sujeira, da desorganização e do desleixo.

Para Pp68, o psicólogo insistiu que fossem criadas duas proposições em lugar de apenas uma devido à constatação de que os dois protocolos de que trata a pré-proposição – pesquisa de mercado e avaliação por parte de clientes e empregados – constituem procedimentos distintos e importantes para o conhecimento e a prática de atividades que envolvem prestação de serviços.

Na Pp30, o psicólogo solicitou a substituição do termo “ter a consciência” por “estar ciente”, pois a palavra “consciência” estaria sendo empregada, no enunciado, de acordo com seu uso leigo, o que seria indesejável para a proposição final correspondente. Com relação a Pp31, Freitas pediu que a segunda parte, depois da vírgula, fosse retirada, já que essa questão foi abordada anteriormente em Pp5 e Pp6. O árbitro também sugeriu pequenas modificações no enunciado das pré-proposições de números 4, 8, 26, 29, 47, 54, 56, 61, 63, 70, 72 e 73.

10.1.3. O engenheiro elétrico

Jorge Ferreira da Silva examinou minuciosamente todas as pré-proposições e fez questão de comentar detidamente cada uma delas, mesmo aquelas para as quais sua recomendação era que a proposição fosse mantida integralmente. De acordo com o engenheiro, dez pré-proposições poderiam ser sumariamente eliminadas: Pp4, Pp7, Pp17, Pp20, Pp29, Pp38, Pp54, Pp62, Pp70 e Pp71. Outras seriam repetitivas e caberia ponderar acerca de sua permanência: Pp56 e Pp58.

A Pp4 foi impugnada pelo engenheiro por causa de sua convicção de que para a larga maioria da população, a assertiva não é válida. Segundo Jorge Ferreira, a iluminação pode ter uma influência fundamental na arena de trocas mercadológicas, no entanto ela não consegue ser percebida pelos consumidores (como se vê na Pp1) que, por essa mesma razão, não estariam aptos a falar sobre ela, somente a senti-la. Jorge aconselhou ao pesquisador, entretanto, que sua opinião fosse confrontada com as dos outros árbitros acerca desse ponto.

Com relação a essa mesma questão, Jorge pediu que a expressão “ouvidos” na Pp31 fosse substituída por “avaliados”, uma vez que os consumidores não estariam aptos a falar sobre suas experiências com a luz. De modo análogo, não faria sentido manter Pp70 e Pp71, já que os consumidores não conseguiriam “verbalizar suas sensações envolvendo luz”, sejam elas referentes a uma luz “ideal” ou à luz “péssima”. O consumidor não seria somente incapaz de explicar como seria a luz ideal ou a luz péssima: ele seria simplesmente “incapaz de explicar”.

A pré-proposição 7 estaria plenamente correta, todavia seu enunciado não diria respeito ao efeito da iluminação, mas à dimensão da decoração. Jorge acredita que as luminárias fazem parte de um fator impulsionador de satisfação do consumidor, porém não fazem parte do “sub-sistema iluminação”. Enfatizando novamente que outro árbitro fosse consultado, Jorge pediu a eliminação da Pp17, a qual dependeria fortemente da ambiência e do tipo de serviço prestado. Um raciocínio parecido foi usado para impugnar Pp29: depende do consumidor. Ademais, ao se constatar a pertinência da Pp28, não haveria necessidade da Pp29, pois ela entraria em choque com a anterior. A Pp20, por sua vez, foi considerada

confusa e pouco relevante. Para o caso de Pp38, a opinião do engenheiro elétrico é que seu enunciado apenas reúne considerações já levantadas em duas ou três proposições anteriores. Com relação a Pp62, Jorge Ferreira considerou que essa função é por demais secundária e não deveria ser incluída em uma proposição.

O par formado por Pp53 e Pp54 provocou uma demorada discussão. Para o engenheiro Jorge Ferreira, “meia-luz” poderia ser definida como “carência de iluminação, não ao ponto de gerar escuridão, mas ao ponto de deixar imagens diluídas no ambiente”. Assim, por mais que alguns consumidores tenham utilizado esse termo em outro sentido, talvez fosse interessante buscar o significado atribuído por eles à palavra, o qual, para Jorge, seria “confortável”. Ainda assim, o engenheiro pediu que fossem ouvidos os demais juizes acerca desse ponto. A pré-proposição 54, por sua vez, não faria sentido porque seu enunciado deveria dirigir-se a qualquer tipo de iluminação, não somente à tal “meia-luz” e, como isso já havia aparecido em proposições anteriores, não haveria necessidade de se manter a Pp54.

Assim como a filósofa Maria da Penha, o engenheiro Jorge Ferreira chamou a atenção para o fato de que muitas das pré-proposições poderiam trazer enunciados por demais afirmativos ou definitivos. Esse seria o caso de Pp5, Pp6, Pp10, Pp16 e Pp41, nas quais expressões como “requisito fundamental”, “único fator” ou “devem necessariamente” o incomodaram bastante. Foram requisitadas leves modificações que atenuassem o tom das assertivas.

Assim como Maria da Penha, Jorge Ferreira da Silva também manifestou sua opinião acerca do enunciado de tom aparentemente prescritivo usado em algumas proposições. De acordo com o engenheiro, a partir do momento em que as proposições finais geradas pelo trabalho deverão ser testadas com o intuito de permitir que sejam desenvolvidas recomendações gerenciais, a forma prescritiva de sua redação não estaria em discordância com os objetivos da tese. Jorge Ferreira observou ainda que o problema da pesquisa é essencialmente favorecer ou facilitar decisões no âmbito organizacional a partir da compreensão do fenômeno luminoso. O que está em jogo, no primeiro momento, é o entendimento do fenômeno, mas esse entendimento deverá ser aproveitado para motivar uma ação empresarial. De acordo com esse raciocínio, o engenheiro classificou como “perfeito” o par formado por Pp18 e Pp19.

Outro ponto interessante levantado por Jorge Ferreira foi a utilização da palavra “eficiente” nas pré-proposições 9, 11, 42 e 49. De acordo com o árbitro, os termos “eficiente” e “eficaz” têm significados específicos na disciplina de Administração de Empresas, os quais talvez não se queira discutir no presente trabalho. Para contornar esse problema, Jorge sugeriu a palavra “efetivo”.

Algumas pré-proposições foram fortemente defendidas pelo engenheiro elétrico. Esse foi o caso da Pp14, cujo enunciado poderia ser confirmado pela teoria da Física de materiais, uma vez que a proposição estaria, em realidade, tratando de índice de reflexão e de índice de absorção. Assim, os materiais orgânicos costumam ter maior índice de absorção e os materiais sintéticos costumam ter maior índice de reflexão, o que justificaria a pré-proposição. Segundo Jorge Ferreira, a Pp15 estaria num caso semelhante. A mesma teoria registra indícios de que a iluminação tem um ponto de saturação mais facilmente atingível do que os outros estímulos. Jorge recomendou que se mudasse o enunciado da proposição de “Assim como os demais elementos (...)” para “Acima dos demais elementos (...)”. Na Pp26, Jorge Ferreira alertou que, de acordo com os preceitos teóricos de sua disciplina, o fenômeno de que trata a proposição é a ressonância, não a saturação, apesar de o resto do enunciado não necessitar de outra modificação.

10.1.4. O oftalmologista

Na opinião do médico oftalmologista Carlos Fernando Ferreira, ex-presidente da Sociedade Brasileira de Oftalmologia, os consumidores seriam capazes de perceber a iluminação de uma loja apenas se ela fosse particularmente desagradável ou incômoda. Mais especificamente, ele acredita que existem somente duas situações nas quais a luz pode fazer-se notar pelos clientes: quando ela é fraca ou quando ela agride os olhos. O médico crê, portanto, que Pp1 e Pp2 estão em acordo com essa avaliação. Por outro lado, quando a loja apresenta uma luz “normal” (ver Pp69), isso significa que os clientes não notam a iluminação e, levando adiante esse mesmo pensamento, ela pode ser considerada boa, pois se fosse desagradável seria notada.

Assim, durante a entrevista com o médico, uma convicção do oftalmologista pareceu sobrepor-se às demais considerações por ele levantadas: a opinião de que a iluminação só será percebida, avaliada e julgada pelos clientes se ela for ruim. A luz influenciaria uma experiência de serviços somente por seus aspectos negativos. Ainda assim, Carlos Fernando Ferreira manifestou a preocupação de que a gerência da luz por uma empresa de serviços esteja sempre voltada para criar situações de compra e consumo excitantes e agradáveis, não porque as experiências positivas seriam efetivas para aumentar vendas, mas porque ao trabalhar para gerar boas experiências a organização estaria evitando as ruínas.

Neste sentido, o oftalmologista recomendou fortemente que se uma empresa fosse escolher o tipo ideal de iluminação, essa decisão deveria considerar em primeiro lugar o produto vendido. Dessa forma, não haveria necessidade de se monitorar a percepção dos clientes (Pp5) ou de se modificar o estímulo da luz, uma vez que se os clientes precisam enxergar uma roupa numa prateleira, por exemplo, a loja tem a incumbência de planejar antecipadamente de que forma essa roupa será destacada. Em outras palavras, deve-se minimizar as chances de que a iluminação dependa do acaso ou de ajustes solicitados no momento do consumo.

O médico oftalmologista recomendou que Pp11 e Pp13 fossem conservadas, já que a percepção da cor e da luz realmente ocorre de maneira integrada e que a cor exerce papel fundamental nos processos de compra, esteja-se considerando a cor da luz que incide nos produtos ou a cor dos próprios produtos. Ainda sobre as cores, Ferreira concordou também com as pré-proposições Pp26 e Pp35, ainda que alertasse para o fato de que as assertivas que consideram efeitos de cores específicas devem sempre ser criticadas, uma vez que a percepção de que o roxo é uma cor depressiva depende do indivíduo e da cultura na qual ele se insere.

Sempre dando preferência às pré-proposições que guardavam relação íntima com sua especialidade, o oftalmologista discorreu acerca dos efeitos da luz em demasia e da ausência de luz. Em primeiro lugar, Carlos Fernando Ferreira confirmou a existência de um ponto de saturação para a luz, conforme Pp15. Os efeitos do excesso de luz seriam exatamente aqueles descritos em Pp23 e, como se vê em Pp24, também deve-se dar importância à questão do período de tempo pelo qual uma pessoa é exposta à iluminação inadequada. O efeito esperado para luz em excesso seria precisamente aquele sugerido por Pp56.

Para comentar os efeitos da iluminação insuficiente, Ferreira defendeu que Pp55, Pp56 e Pp58 seriam adequados para listar as possíveis consequências de uma escolha infeliz por uma loja de serviços que deixasse seus clientes em um cenário com pouca ou nenhuma luz. No que se refere a Pp25, o oftalmologista crê que somente os idosos podem ser considerados como um segmento de mercado naturalmente exposto às consequências maléficas da falta de luz. Outras pessoas com problemas para enxergar em ambientes pouco iluminados constituiriam casos isolados e não poderiam ser classificadas como um segmento de mercado.

Finalmente, Carlos Ferreira fez questão de chamar atenção para duas pré-proposições que, em sua opinião, deveriam ser prontamente excluídas. O médico não acredita que Pp17 e Pp38 possam ser aproveitadas. Com respeito a Pp17, o oftalmologista acredita que a luz artificial deva sempre ser preferida, já que a possibilidade de controle da iluminação no ambiente é fator fundamental para que não incomodar o sistema visual do consumidor e para criar uma experiência de serviços única ou exclusiva, da qual o cliente irá lembrar. No caso de Pp38, o médico sorriu e disse que o enunciado da proposição estava muito exagerado.

Cabe observar que outro oftalmologista teve contato com as pré-proposições e também elaborou comentários pertinentes. José Carlos Knust Sobrinho, sócio de Carlos Fernando Ferreira em sua clínica, também estudou as proposições por algumas semanas e foi posteriormente entrevistado. As opiniões dos dois médicos coincidiram, mas Knust pediu a exclusão de Pp35, uma vez que não haveria evidências capazes de sustentar a proposição. De acordo com Knust, as reações evidenciadas na proposição não têm embasamento científico e nem dependem de fatores culturais; elas dependeriam, antes, de variáveis psicológicas que poderiam ser atribuídas somente aos indivíduos que compuseram a amostra da pesquisa. Outra recomendação de Knust foi a substituição da expressão “a vista” por “os olhos” em algumas proposições.

10.1.5. O arquiteto

A relevância da presente tese foi revigorada pelas observações do arquiteto Fábio Bittencourt acerca do problema da pesquisa. De acordo com Fábio, mesmo

na Arquitetura, disciplina em que a iluminação é estudada de maneira sistemática, existe uma carência brutal de estudos acadêmicos acerca da luz. O arquiteto recordou que no Brasil a primeira disciplina de graduação a ter como tema a iluminação foi criada em 1998. Com relação à apreciação das pré-proposições, o arquiteto amparou-se nos seus conhecimentos acerca de conforto visual e lumínico para tecer suas considerações, as quais foram registradas por ele em papel e posteriormente gravadas em áudio pelo pesquisador.

Fábio Bittencourt ressaltou, de início, que todas as críticas feitas por ele mereceriam ser re-criticadas pelo pesquisador, à luz da revisão bibliográfica e dos depoimentos dos demais árbitros. Em seguida, ele enfatizou a clareza, a autonomia e a aplicabilidade das proposições. O arquiteto declarou que algumas proposições seriam tão relevantes e importantes para o desenvolvimento do conhecimento sobre o tema que deveriam, necessariamente, ser aprofundadas e/ou testadas em novos esforços de pesquisa, de preferência conjugados com ações práticas. Ainda assim, de acordo com Fábio, mesmo que esse trabalho fosse interrompido com a formulação das proposições, sem qualquer continuidade, sua relevância acadêmica já estaria garantida, no âmbito da Arquitetura, pelo ineditismo e pelas possibilidades práticas eventualmente permitidas pelas contribuições apresentadas.

Na opinião de Fábio, não haveria necessidade de se fazer alterações em qualquer uma das pré-proposições a ele apresentadas. O arquiteto fez questão de discorrer acerca da complementaridade entre suas críticas e o material que lhe foi entregue. Por outro lado, ele incentivou o pesquisador a refletir sobre algumas questões e, eventualmente, criar novas proposições que contemplassem essas idéias. Depois de ponderar acerca dessa sugestão, o pesquisador tomou a decisão de gerar novas proposições a partir de suas entrevistas com Fábio Bittencourt.

A criação de proposições nascidas de outra fonte que não os consumidores, gerentes e atendentes – sujeitos ouvidos pela pesquisa de campo – teve que ser cuidadosamente articulada. Como o método escolhido desestimula a representação do fenômeno por outras pessoas que não aquelas que o experimentaram, decidiu-se que as novas proposições não poderiam simplesmente ser incorporadas aos resultados da pesquisa. Tais proposições, desenvolvidas por meio da motivação de um dos árbitros do trabalho em debater os resultados preliminares nascidos no

campo, foram denominadas “Proposições Extraordinárias” (PE). As quatro PEs são apresentadas ao término da seção 9.2, na sequência das 65 Proposições Finais.

As considerações, críticas e inquietações do arquiteto Fábio Bittencourt, as quais acabaram por dar origem às Proposições Extraordinárias, aparecem sintetizadas nas próximas linhas. Os comentários de Fábio não trataram de pontos específicos relativos a cada uma das pré-proposições, antes manifestaram a preocupação de estabelecer para a compreensão do fenômeno estudado uma perspectiva diversa daquela que culminou na redação das 73 pré-proposições.

O arquiteto observou, de princípio, que a “ciência derivada do conhecimento da luz” é muito ampla, reunindo conhecimento de valores estéticos, de valores de mercado, de valores de conforto; existe, porém, um componente interessante, que confere uma relevância ainda maior ao tema. Trata-se da melhoria na qualidade de vida proporcionada por um projeto lumínico bem-sucedido.

O projeto luminotécnico tem, segundo o árbitro, uma função auxiliar nos aspectos terapêuticos de atenção visual. Fábio Bittencourt referiu-se especificamente à questão da iatrogenia, ou seja, à idéia de que um espaço construído não deve causar qualquer mal ao indivíduo. Essa noção traz dois desdobramentos de interesse imediato para o presente trabalho.

Em primeiro lugar, é importante perceber que um espaço físico criado por uma empresa de serviços funciona essencialmente como um auxiliar para a função da venda, porém essa função não deve sobrepujar-se à função terapêutica. Em outras palavras, não se pode pensar um cenário de serviços sem considerar a questão ética. Fábio Bittencourt informou, à guisa de exemplo, que a Organização Mundial de Saúde (OMS) classificou a depressão como uma das mais graves patologias que virão a acometer o homem no século que se inicia. Por outro lado, um dos elementos que pode contribuir mais significativamente para o agravamento ou para a recuperação de pessoas que sofrem de depressão é exatamente a iluminação. Ora, quando se observa a Pp35, que fala precisamente em depressão, percebe-se que a construção de um sistema lumínico com função de mercado precisa levar em conta aspectos éticos. Com relação a esse mesmo tópico, Fábio sugeriu que fossem repensadas Pp13, Pp22, Pp23 e Pp25, de forma que essas proposições – assim como toda a estrutura do trabalho – contemplassem: (1) a minimização das resultantes iatrogênicas de um sistema de iluminação; e (2) a valorização da questão ética.

Em segunda instância, o arquiteto ressaltou a importância de que fossem considerados os aspectos ergonômicos envolvidos na estrutura luminotécnica da empresa. A ergonomia da luz envolveria questões biomecânicas, questões fisiológicas e questões antropométricas. Essa faceta parece, segundo o arquiteto, pouco observada pelas empresas. Fábio fez notar que uma loja para crianças deve ter recursos lumínicos completamente diversos de uma loja para adultos, por exemplo. Além disso, em um país como o Brasil, em que as diversidades sócio-econômicas são tão gritantes mesmo dentro de uma mesma cidade, poder-se-ia dizer que o corpo de um consumidor médio de Ipanema é completamente diferente do corpo de um morador de Acari. O dimensionamento dos recursos físicos das lojas situadas em regiões de disparidades antropométricas tão significativas deveria refletir a compatibilidade com a capacidade visual que cada um desses corpos apresenta. Fábio Bittencourt recordou que a preocupação com as diferenças antropométricas é recorrente desde o romano Vitrúvio, que escreveu os primeiros dez volumes conhecidos sobre Arquitetura.

Existem, pois, duas preocupações centrais para o desenvolvimento de projetos de iluminação. Primeiro, a premência de se trabalhar pela “qualidade do ambiente”, a qual tem apenas um objetivo: a melhoria da qualidade de vida do homem. Essa preocupação remete ao grego Hipócrates, que discorreu sobre luz e qualidade de vida. Segundo, a busca permanente pela valorização do conforto visual e lumínico oferecido pelo ambiente. Em suma: vender a experiência do serviço com ética e qualidade.

Consideradas essas duas questões fundamentais, Fábio Bittencourt abordou alguns temas que considerou pouco explorados pelas pré-proposições. Um desses tópicos enfocou a iluminação de lojas de rua, que têm um componente que agrega uma complexidade única aos sistemas lumínicos: os movimentos da insolação, os quais não devem estabelecer reflexos e brilhos desconfortáveis, principalmente nas vitrines. De acordo com o arquiteto, uma vitrine com reflexos inadequados transforma-se num espelho que pode contribuir para aumentar as vendas do concorrente instalado do outro lado da calçada. O projeto de uma vitrine para um ambiente que inclua o elemento da luz natural deve começar por entender que os principais componentes de sua iluminação são o sol, a chuva, o clima, as nuvens, o vento. A luz natural é a referência primária e um dos aspectos mais importante

de um projeto lumínico e, por essa mesma razão, Fábio recomendou que fossem conservadas Pp17 e Pp18.

Com relação à Pp27, que fala da impressão de sujeira transmitida por algumas alternativas de iluminação, Fábio defendeu haver uma relação muito forte entre iluminação e assepsia, a qual transcende as percepções subjetivas dos consumidores. De acordo com o arquiteto, a luz infravermelha é capaz de impedir a proliferação ou mesmo de exterminar algumas bactérias. Na ausência de luz, por outro lado, colônias de bactérias podem multiplicar-se, tornando de fato sujo o ambiente. Essa assertiva deve ser levada em conta também, lembrou Fábio, quando são contempladas as pré-proposições 53 e 54, as quais referem-se à “meia-luz”. De acordo com o arquiteto, ao montar um ambiente de serviços que agrade aos consumidores que preferem a “meia-luz”, a empresa pode estar criando um local favorável para bactérias, o que pode ser um problema sério para ambientes de serviços tais como hospitais ou restaurantes.

Finalmente, no que diz respeito a Pp7, que havia sido impugnada pelo engenheiro elétrico em virtude da percepção das luminárias como decoração, não como iluminação, Fábio Bittencourt pediu que a pré-proposição fosse conservada. Na visão do arquiteto, as luminárias “representam muito mais do que simples suportes para a lâmpada: elas podem orientar, direcionar, proteger contra ofuscamentos e funcionar como elementos de composição estética”.

10.2.

Proposições da pesquisa

Nas próximas linhas, apresenta-se a listagem das 65 proposições finais (PF1 a PF66) geradas pela análise das críticas dirigidas pelos árbitros às 73 pré-proposições (Pp1 a Pp73). Foram excluídas doze pré-proposições: Pp4, Pp20, Pp29, Pp35, Pp38, Pp47, Pp54, Pp56, Pp58, Pp62, Pp70 e Pp71. Em alguns casos, dois ou até três árbitros pediram a exclusão da mesma pré-proposição. Outras proposições nasceram do desdobramento de alguns enunciados. Cabe notar que somente 27 dentre as 73 proposições originais foram mantidas intocadas. As

demais foram modificadas em maior ou menor grau, e algumas foram rephraseadas. Na sequência das 65 proposições finais, listam-se as quatro “proposições extraordinárias” (PE1 a PE4).

PF1 (= Pp1)

Os estímulos luminosos oferecidos por um ambiente de serviço têm uma percepção difícil, sutil ou fugaz por parte dos consumidores expostos ao cenário.

PF2 (= Pp2)

A percepção espontânea da iluminação de um ambiente de serviços está geralmente relacionada ao fato de que a empresa está oferecendo a seus clientes uma iluminação avaliada ou como muito agradável ou como muito desagradável.

PF3 (= Pp3)

Quando os clientes de uma empresa de serviços não reparam na luz, não reclamam dela ou não elogiam a iluminação de uma loja, existem grandes chances de que a luz esteja adequadamente integrada ao cenário.

PF4 (= Pp5 modificada)

Compreender de que modo os clientes estão percebendo a luz constitui um requisito importante para o desenvolvimento de um sistema de iluminação capaz de estimular os consumidores de maneira adequada.

PF5 (= Pp6 modificada)

Durante o processo de entrega do serviço, a organização prestadora deve estar preparada para modificar o estímulo luminoso à medida que os consumidores indiquem alternativas convenientes para gerar experiências mais gratificantes.

PF6 (= Pp7)

Para o consumidor, fazem parte do sistema de iluminação as luminárias que contêm as fontes luminosas, as quais também estão sujeitas à percepção e às avaliações subseqüentes.

PF7 (= Pp8 modificada)

As relações corporais dos consumidores e dos operadores de serviços com o espaço físico da loja – no que se refere a ocupação do ambiente e movimentação pelo cenário – são influenciadas pela percepção do estímulo luminoso.

PF8 (= Pp9 modificada)

O controle do estímulo luminoso pode ser efetivo para direcionar ou conduzir o contato visual do consumidor com as demais evidências físicas presentes no cenário da loja de serviços.

PF9 (= Pp10 rephraseada)

Os estímulos luminosos oferecidos aos consumidores devem estar harmonizados com o estilo da loja, a ambiência pretendida e, eventualmente, com o tema do cenário.

PF10 (= Pp11 modificada)

As cores dos objetos sobre as quais incide a luz devem ser efetivas para realçar os efeitos da iluminação, aumentar a gratificação visual dos consumidores e enriquecer a experiência da compra.

PF11 (= Pp12 modificada)

A escolha de coloração e luminosidade para o cenário em que o serviço é prestado constitui uma decisão a ser tomada de maneira integrada e complementar.

PF12 (= Pp13 modificada)

Ao combinar luz e cor para a estimulação visual de seus clientes, a empresa deve estudar formas de gerar efeitos gratificantes, abstendo-se, porém, de criar ilusões de ótica que sejam capazes de modificar a cor dos produtos em seu uso pelos consumidores.

PF13 (= Pp14)

A incidência dos estímulos luminosos no cenário da loja tem seu efeito potencializado pela textura dos materiais sintéticos e atenuado pela composição dos materiais orgânicos.

PF14 (= Pp15 modificada)

Acima dos demais estímulos do cenário, a iluminação também tem um ponto de saturação, a partir do qual sua percepção torna-se confusa ou incômoda.

PF15 (= Pp16 modificada)

Quando se constrói um ambiente de serviço, a escolha dos recursos de iluminação deveria considerar a harmonia com os demais recursos físicos do cenário.

PF16 (= Pp17 modificada)

A percepção de que a luz natural configura-se como o estímulo luminoso preponderante em um ambiente de serviços costuma ser avaliada de forma especialmente positiva pelo consumidor.

PF17 (= Pp18 rephraseada)

Se é importante para uma loja de serviços transmitir para seus clientes valores, sentimentos e sensações tais como vida, saúde, brilho, energia, natureza e alegria, a gerência pode valer-se da luz do sol, uma vez que ela pode simbolizar tudo isso para muitos consumidores.

PF18 (= primeira parte de Pp19)

Se uma loja de serviços pretende criar um ambiente percebido como aconchegante, relaxante, romântico ou tranquilo por seus consumidores, pode ser interessante procurar nele aproveitar ou reproduzir a luminosidade do luar.

PF19 (= segunda parte de Pp19)

Lojas de serviços que pretendam transmitir requinte e exclusividade podem fazer uso da luminosidade do luar.

PF20 (= Pp21)

Uma loja de serviços pode aproveitar melhor os benefícios gerados pelo estímulo da luz solar se forem criadas formas de controlar a absorção, a propagação e a reflexão da iluminação natural no ambiente.

PF21 (= Pp22)

Quando uma empresa de serviços decide aproveitar a luz natural em seu cenário, ou mesmo reproduzir o estímulo da luz solar em seu ambiente, indica-se buscar uma iluminação que corresponda ao amanhecer ou ao entardecer, evitando o efeito intenso das horas em que o sol está mais forte.

PF22 (= Pp23)

A manifestação de sensações tais como irritação nos olhos, cansaço da visão ou dor de cabeça pode significar que a estimulação luminosa está causando desconforto para o sistema visual de consumidores e/ou prestadores de serviços.

PF23 (= Pp24 modificada)

A criação de efeitos visuais para tornar mais excitante a experiência dos consumidores no cenário do serviço deve levar em conta as consequências fisiológicas provocadas pela exposição por longos períodos de tempo dos clientes e, principalmente, dos operadores de serviços, a estímulos potencialmente prejudiciais para a visão.

PF24 (= Pp25 modificada)

Ambientes de serviços frequentados por consumidores que pertencem a segmentos de mercado particularmente afetados por distúrbios de visão – tais como idosos, por exemplo – devem monitorar constantemente a adequação da intensidade luminosa às peculiaridades de seus clientes.

PF25 (= primeira parte de Pp26)

Os consumidores podem manifestar incômodo psíquico e/ou físico quando cores fortes e quentes – tais como vermelho e amarelo – constituem a principal modalidade de estimulação visual por meio da luz

PF26 (= segunda parte de Pp26)

A ressonância provocada pelo uso exagerado de uma mesma cor de luz em um ambiente de serviço pode ocasionar sensações de desprazer nos clientes.

PF27 (= primeira parte de Pp27)

A empresa de serviços deve valer-se dos recursos de iluminação para realçar a impressão de assepsia e limpeza no ambiente.

PF28 (= segunda parte de Pp27)

A empresa deve evitar banhar a loja de serviços com uma iluminação que transmita sensações de sujeira, desorganização ou desleixo.

PF29 (= Pp28 rephraseada)

Não existe uma possibilidade capaz de indicar com precisão qual seria o tipo ideal de lâmpada para um ambiente genérico, uma vez que as preferências dos consumidores variam de acordo com gostos pessoais e dependem de suas interações com os demais recursos físicos da loja.

PF30 (= Pp30 modificada)

Ao optar por iluminar um ambiente de serviços com a predominância de lâmpadas fluorescentes, a gerência da empresa deve estar ciente de que poderá estar trocando uma diminuição na conta de luz por atitudes negativas de consumidores.

PF31 (= Pp31 modificada)

Os recursos de iluminação de uma loja de serviço podem tanto gerar excitação quanto ser responsáveis pela não-excitação de seus consumidores.

PF32 (= Pp32)

A excitação causada pela luz está associada a sentimentos e sensações de alegria, entusiasmo e agitação, podendo ser potencializada pelo aproveitamento da luz natural no ambiente, pelo brilho e pela integração entre a luminosidade e as cores dos cenários.

PF33 (= Pp33)

A iluminação pode ser utilizada para gerar atitudes favoráveis nos muitos consumidores que parecem relacionar a excitação propiciada por um ambiente físico com sua gratificação estética, ou seja, sentir-se bem em um cenário avaliado primordialmente como “bonito”.

PF34 (= Pp34)

O cenário de uma loja de serviços não deve favorecer a lugubridade decorrente de sombras ou escuridão instauradas em razão de iluminação inadequada no ambiente ou mesmo em parte dele.

PF35 (= Pp36 rephraseada)

A utilização de luz muito intensa pode causar desprazer nos consumidores tímidos ou menos afeitos às situações de interação pública, pois eles atribuem à iluminação a sensação de invasão de privacidade.

PF36 (= Pp37)

Se existe a possibilidade de a iluminação causar exposição excessiva do corpo ou do rosto do consumidor, mesmo que em ambientes reservados tais como nas cabines provadoras de roupas, deve-se cuidar para que essa exposição não cause constrangimento para o cliente e/ou para as demais pessoas presentes à interação.

PF37 (= Pp39 modificada)

A iluminação não deve ser tomada como único elemento responsável pelas atitudes favoráveis dos clientes; a luz deve ser gerenciada como mais um dentre os recursos disponíveis à administração para que seja desenvolvida uma experiência de serviços capaz de gerar respostas de aproximação dos consumidores.

PF38 (= Pp40)

A iluminação – integrada aos demais elementos de arquitetura ou decoração que compõem o cenário da loja – é capaz de obter aproximação de consumidores, fazendo com que eles sejam atraídos para a loja e nela permaneçam.

PF39 (= Pp41 modificada)

Em alguns casos específicos, a iluminação pode ser o principal fator ambiental responsável pela atração dos clientes a uma loja de serviços.

PF40 (= Pp42 modificada)

Os recursos de iluminação podem ser efetivos para gerar aproximação de consumidores que estejam a uma considerável distância física da loja.

PF41 (= Pp43)

Uma iluminação ambiental avaliada de maneira favorável pode gerar comunicação boca-a-boca positiva para a empresa, conseguindo até mesmo a aproximação de consumidores que jamais tiveram qualquer contato visual com a loja.

PF42 (= Pp44)

A escolha da luz para o cenário de uma loja é um fator importante e significativo para favorecer a permanência dos clientes no ambiente, de forma a influenciar as possibilidades de compra e a gratificação relativa à experiência do serviço.

PF43 (= Pp45)

Administrar sistemas de iluminação de uma loja de forma a gerar aproximação de consumidores e/ou criar uma experiência de consumo

gratificante pode ser um fator determinante para o aumento das vendas da empresa.

PF44 (= Pp46)

A luz ambiental pode ser percebida pelos consumidores como um diferencial competitivo, possibilitando mesmo que a esse diferencial corresponda um prêmio nos preços que a empresa cobra por seus produtos e serviços.

PF45 (= Pp48)

Se a luz oferecida aos clientes durante a entrega do serviço for incapaz de causar respostas de aproximação ou de favorecer uma experiência de consumo positiva, as vendas da empresa podem sofrer estagnação ou redução.

PF46 (= Pp49 modificada)

Investir nos recursos de iluminação de uma loja pode ser uma alternativa rápida, pouco dispendiosa e efetiva para o aumento da receita da empresa.

PF47 (= Pp50)

Lojas de varejo devem poder criar sistemas de iluminação voltados para a valorização dos produtos vendidos, de modo que os produtos da empresa constituam o foco principal da luz no cenário.

PF48 (= Pp51 rephraseada)

Sempre que possível, a organização deve preocupar-se em não deixar que a iluminação dê mais destaque aos operadores de serviço do que o necessário para o desempenho adequado de suas funções.

PF49 (= Pp52)

A correta integração entre luzes e cores pode estimular respostas de aproximação com relação ao ambiente de serviços.

PF50 (= Pp53 modificada)

Lojas de serviços devem buscar um equilíbrio entre intensidade e temperatura da iluminação, de maneira a procurar criar no cenário um efeito confortável.

PF51 (= Pp55)

Um sistema de iluminação que, por sua baixa intensidade, seja insuficiente para permitir uma visão adequada dentro da loja ou para propiciar a funcionalidade operacional do ambiente pode provocar o afastamento dos consumidores.

PF52 (= Pp57)

Luz inexistente ou em níveis insuficientes dificulta, restringe ou impede os comportamentos de aproximação por parte dos consumidores.

PF53 (= Pp59)

Sistemas de iluminação percebidos pelos consumidores como insuficientes para permitir visualização ou propiciar funcionalidade podem colocar em risco a confiabilidade e a segurança relacionadas pelos clientes à empresa.

PF54 (= Pp60)

A qualidade percebida com relação aos produtos e serviços ofertados pela organização depende de uma utilização apropriada dos recursos de iluminação.

PF55 (= Pp61 modificada)

Uma iluminação deficiente pode ensejar conflitos de relacionamento advindos de desconfianças dos prestadores de serviços com relação a

furtos ou danificação de produtos e objetos do cenário por parte dos consumidores.

PF56 (= Pp63)

Se as fontes de luz usadas no cenário da empresa possuem a propriedade de alterar a temperatura do ambiente, é preciso cuidar para que tais variações flutuem somente entre os níveis agradáveis para consumidores e servidores.

PF57 (= Pp64)

Os consumidores parecem aproveitar melhor as experiências de serviços em ambientes cujos sistemas de iluminação despertam os sentimentos de familiaridade, pertencimento e identificação, traduzidos em uma sensação de “estar em casa”.

PF58 (= Pp65)

Assim como a construção de um sistema de iluminação deve considerar o público que se deseja atender, também se pode acreditar que o público atraído para determinado ambiente dependerá dos recursos luminosos ali oferecidos.

PF59 (= Pp66)

Os recursos de iluminação de uma empresa de serviços são responsáveis por permitir, favorecer, facilitar ou incentivar interações entre os clientes e destes com a equipe de entrega do serviço.

PF60 (= Pp67 rephraseada)

As empresas de serviços não parecem estar sistematizando práticas gerenciais e rotinas funcionais que reflitam a importância que elas mesmas atribuem ao recurso da iluminação.

PF61 (= primeira parte de Pp68)

Difícilmente as empresas de serviços desenvolvem seus sistemas de iluminação com base em pesquisas de mercado

PF62 (= segunda parte de Pp68)

Não é prática comum em empresas de serviços o monitoramento da avaliação de seus consumidores e/ou operadores de serviços com relação à luz.

PF63 (= Pp69 rephraseada)

Muitos consumidores só conseguem distinguir entre “luz normal” (que agrada) e “luz anormal” (que desagradar), sem considerar a ampla gama de fatores que interferem na sua avaliação da iluminação.

PF64 (= Pp72)

Os consumidores tendem a julgar como falhas menores, a compreender e a perdoar com mais facilidade os problemas que ocorrem com os recursos luminosos do que aqueles que dependem mais dos recursos humanos.

PF65 (= Pp73 modificada)

Ao desenvolver um sistema de iluminação para um ambiente de serviços, a organização deve atentar para o fato de que uma atitude favorável do cliente para com o cenário depende também de sua percepção de que os recursos físicos da empresa não ponham em risco a saúde e/ou o desempenho dos operadores de serviços.

PE1 (ver seção 10.1.5)

O objetivo máximo de um projeto de iluminação deve ser a melhoria da qualidade de vida do homem.

PE2 (ver seção 10.1.5)

Ao se desenvolver um sistema lumínico para um empreendimento comercial, há que se considerar os valores éticos da informação visual, a qual não pode dissimular a leitura do ambiente e/ou dos produtos vendidos.

PE3 (ver seção 10.1.5)

As condições ergonômicas de conforto visual devem contemplar a maior diversidade possível de situações e demandas.

PE4 (ver seção 10.1.5)

Reflexos e brilhos intensos devem ser evitados, principalmente quando o projeto lumínico comporta uma vitrine para um ambiente que inclua o componente da iluminação natural.

10.3.**A essência da luz em serviços**

Para que uma pesquisa fundamentada no método fenomenológico-hermenêutico seja considerada (ao menos temporariamente) completa, o pesquisador precisa chegar aos aspectos elementares e aos significados essenciais que correspondem à visão do fenômeno por aqueles que o experimentaram. Neste sentido, acredita-se que os 15 temas representados abaixo – gerados a partir da análise das proposições finais e das proposições extraordinárias – permitam que se possa atingir essa síntese. Chegou-se a esses 15 enunciados por meio do agrupamento dos temas que foram percebidos como mais relevantes e/ou mais recorrentes nos discursos dos depoentes.

Do ponto de vista dos participantes dos encontros de serviços, a iluminação

... tem uma percepção espontânea difícil, a menos que o estímulo luminoso esteja relacionado a extremos fisiológicos ou psíquicos

... deve estar em harmonia e integração com o cenário, com a ambiência e com o estilo da empresa

... depende fortemente da mediação pelos sistemas sensorio, fisiológico e psíquico do receptor

... precisa minimizar as potencialidades iatrogênicas do ambiente e trabalhar a favor da melhoria da qualidade de vida

... deve informar acerca do ambiente, dos produtos e da empresa, sem invadir ou prejudicar o corpo ou a subjetividade do indivíduo

... pode ser modificada pelos que a experimentam e também pode modificar essas pessoas

... é captada predominantemente pela visão, mas interfere em outros aspectos da relação corpórea do indivíduo com o ambiente

... guarda relação complementar e integrativa com as cores presentes no ambiente e com os materiais utilizados no cenário

... está relacionada com a gratificação estética, mas precisa ser equilibrada com os valores éticos

... pode favorecer ou deteriorar a sensação de conforto proporcionada pelo ambiente

... tem seus efeitos fisiológicos e terapêuticos vinculados à assepsia e à higiene do ambiente

... também comporta a luz natural, que precisa ser controlada para evitar reflexos, brilhos e temperaturas intensos

... não pode ser reduzida a um tipo ideal, nascido de uma fonte ideal ou aplicado a um corpo ideal, devendo antes contemplar a maior diversidade possível de situações e demandas

... é efetiva para favorecer a qualidade percebida e para aumentar vendas, porém não é capaz, por si só, de criar uma experiência completa de compra ou de consumo

... poderia ser melhor administrada pelas empresas de serviços