

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

***Design* gráfico e de comunicação na empresa Fauna Lab**

Relatório de estágio de Mestrado em Multimédia

Por

Pedro Xavier Pinto Pessoa

Orientação: Rute Bastardo Pinto

Composição do Júri:

Doutor Emanuel Soares Peres Correia

Doutor Manuel José Cabral dos Santos Reis

Doutora Rute Sofia Pereira Bastardo Pinto

Vila Real, dezembro de 2018

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

***Design* gráfico e de comunicação na empresa Fauna Lab**

Relatório de estágio de Mestrado em Multimédia

Por

Pedro Xavier Pinto Pessoa

Relatório submetido à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Multimédia, elaborado sob a orientação da Professora Doutora Rute Bastardo Pinto do Departamento de Engenharias da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Vila Real, dezembro de 2018

Agradecimentos

É com grande satisfação que desta forma expresso o meu agradecimento a todos os que tornaram possível a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar, quero agradecer à minha família, em especial aos meus pais Américo e Teresa, e irmã Liliana, que sempre fizeram sacrifícios e me apoiaram ao longo da minha vida e percurso académico, ao meu primo Nuno que me influenciou e motivou a ingressar na universidade.

Gostava de expressar o meu agradecimento em especial aos meus amigos João, António, Bernardo, Luís, Ricardo, Carlos, Samuel e Miguel pelo companheirismo que demonstraram ao longo dos anos, e aos restantes que me acompanharam na licenciatura, no mestrado e na restante vida académica.

À minha namorada Ana, que esteve presente nos momentos mais decisivos e me deu maior motivação para terminar este percurso.

À professora Doutora Rute Bastardo, orientadora deste relatório de estágio, pelos conselhos técnicos dados enquanto professora e pela disponibilidade demonstrada ao longo do mestrado.

Por fim, a todas as pessoas da Fauna Lab, ao João e Sandra que me deram a oportunidade de fazer o estágio e receberam da melhor maneira, à Filipa, ao Nuno e Carmo pelo trabalho em equipa e boa disposição que trazem no dia-a-dia, e à Ana que coordenou o meu estágio na empresa, me acompanhou em todos os trabalhos e me ensinou muito do que precisava para entrar no mercado de trabalho.

Resumo

O presente documento de carácter descritivo e justificativo descreve o desenvolvimento e aplicação da metodologia da empresa Fauna Lab nos projetos de *design*. Estará descrita também a experiência adquirida e aplicação de competências obtidas nestes últimos sete meses, bem como as técnicas desenvolvidas em *design* gráfico, *design* de comunicação e *design* de interiores.

Foi na função de *designer* de comunicação que foram também aplicadas as competências previamente adquiridas de *design* gráfico, quer na licenciatura em Comunicação e Multimédia quer no 1º ano de mestrado em Multimédia, ambos pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Com o presente relatório pretende-se demonstrar, o valor da vertente prática que o estágio curricular teve para a formação profissional e consequentemente a conclusão do mestrado.

Palavras-chave:

Design de comunicação, *Design* de interiores, Criatividade, *Design* Gráfico

Abstract

This descriptive and supporting document describes the development and application of design project methodology in Fauna Lab company. It will also describe the experience gained and application of competencies obtained in the last seven months, as well as the techniques developed in graphic design, communication design and interior design.

It was as a communication designer that the previously acquired graphic design skills were applied, both in the degree in Communication and Multimedia and in the 1st year of a Masters in Multimedia, both by the University of Trás-os-Montes and Alto Douro.

This report intends to demonstrate the value of the practical aspect that the curricular internship has had for the professional formation and consequently the conclusion of the master's degree.

Keywords:

Communication Design, Interior Design, Creativity, Graphic Design

Índice

1. Introdução	15
1.1 Objetivos de estágio.....	17
1.2 Motivações.....	18
1.3 Estrutura do documento	18
2. Empresa de acolhimento	20
2.1 Apresentação da empresa	20
2.2 Integração na empresa Fauna Lab	21
2.3 Metodologias de trabalho	23
2.3.1 Metodologia interna de trabalho.....	23
2.3.2 Análise sincrónica no <i>design</i> de espaços de trabalho.....	27
2.4 Clientes	29
3. Enquadramento e contextualização do <i>design</i> de interiores e os seus mercados em Portugal	31
3.1 Caracterização do <i>design</i> de interiores nos espaços de trabalho	31
3.2 Enquadramento do <i>design</i> de interiores em Portugal	33
4. Função do <i>designer</i> na decoração de um espaço	36
4.1 Decoração de um espaço	36
4.1.1 Processo de um projeto de <i>design</i> de interiores	36

4.1.2	Análise da marca	39
5.	Participação e desenvolvimento de projetos	40
5.1	Projeto 1: Mudança de espaço do centro de operações da <i>Staples</i>	41
5.1.1	Enquadramento e objetivos do projeto	41
5.1.2	Desenvolvimento do projeto.....	41
5.2	Projeto 2: Mudança de espaço do centro de operações da <i>Netflix</i> em Lisboa	46
5.2.1	Enquadramento e objetivos do projeto	46
5.2.2	Desenvolvimento do projeto.....	46
5.3	Projeto 3: Proposta de <i>new business</i> da <i>Epic Games</i>	54
5.3.1	Enquadramento e objetivos do projeto	54
5.3.2	Desenvolvimento do projeto.....	54
5.4	Mudança de espaço do centro de operações da <i>Microsoft</i>	60
5.4.1	Enquadramento e objetivos do projeto.....	60
5.4.2	Desenvolvimento do projeto	60
6.	Conclusão.....	64
7.	Referências bibliográficas.....	65
7.1	Netgrafia	66

Índice de figuras

Figura 1: Elemento ilustrativo, da primeira planificação desenhada para um projeto de calendário da empresa Supercell.....	21
Figura 2: Figura ilustrativa de <i>render</i> da planificação feita na Figura 1, que foi aprovada pelo cliente e implementada no espaço real	22
Figura 3: Esquema de um Moodboard para um ambiente de um espaço ..	25
Figura 4: Esquema de metodologia de trabalho utilizada	26
Figura 5: Fotografia proveniente da análise sincrónica, que serviu de base de inspiração para projeto da mesma marca	28
Figura 6: Imagem de projeto com inspiração na figura 5	29
Figura 7: Exemplo de trabalho de decoração de um espaço de trabalho ...	29
Figura 8: Exemplo de trabalho de comunicação feito para a empresa “Kyambote”	30
Figura 9: Interior da “Larkin Company” e os seus trabalhadores.....	32
Figura 10: Hub da Deloitte de Lisboa	34
Figura 11: Zona de lounge da Blip no Porto	34
Figura 12: Esquema de relação projeto-cliente	38
Figura 13: Exemplo de página de manual de normas gráficas, utilizado em projeto.....	39

Figura 14: Planta do edifício do centro de operações da <i>Staples</i>	41
Figura 15: Planificação 2D de mapas e cores para aplicar no <i>design</i> 3D...	42
Figura 16: Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.....	43
Figura 17: Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.....	43
Figura 18: Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.....	44
Figura 19: Vista aérea de todo o espaço	44
Figura 20: Planificação e planta do espaço (parte 1)	47
Figura 21: Planificação e planta do espaço (parte 2)	47
Figura 22: Peças centro de mesa, para identificação de nacionalidades.....	48
Figura 23: Exemplo de utilização do centro de mesa no espaço	48
Figura 24: Zona lounge	49
Figura 25: Zona lab	50
Figura 26: Móvel para arrumo de equipamentos utilizados pela <i>Netflix</i>	50
Figura 27: Biombo movível	51
Figura 28: Cabine	51
Figura 29: Ala 1 do espaço.....	52
Figura 30: Vista aérea do espaço	52
Figura 31: Ala 1 do espaço já implementado e em funcionamento.....	53
Figura 32: Planificação e planta do espaço utilizado para a proposta	55

Figura 33: Zona de lounge	55
Figura 34: Vista da entrada do espaço	56
Figura 35: Corredor central do espaço	56
Figura 36: <i>Render</i> de uma parede do espaço	57
Figura 37: Zona de reuniões.....	57
Figura 38: Peça de centro de mesa, para identificação de nacionalidades .	58
Figura 39: Vista aérea do espaço	58
Figura 40: Planificação de mapas e texturas de um dos pisos no software <i>Adobe illustrator</i>	61
Figura 41: Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.....	61
Figura 42: Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.....	62
Figura 43: Zona de lounge, com uma área de expressão	62
Figura 44: Vista aérea de um dos pisos do projeto	63

1. Introdução

Concluído o primeiro ano do mestrado em Multimédia na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, foram então propostas para o segundo ano uma das seguintes opções: Projeto, Dissertação ou Estágio Curricular. Levando em consideração a determinação de desenvolver as competências profissionais num mercado de trabalho real e podendo pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Comunicação e Multimédia e primeiro ano de mestrado em Multimédia, optou-se pelo Estágio Curricular.

A oportunidade de realizar um estágio surgiu num anúncio online da empresa Fauna Lab que procurava um estagiário na área de *design* de comunicação.

A Fauna Lab é uma empresa com 6 anos de existência, sediada atualmente em Lisboa, onde o *design* de comunicação e o *design* industrial funcionam em simbiose e são desenvolvidos projetos como um todo, desde a criação do conceito, imagem e estratégia das marcas, até à sua comunicação. Algumas das principais áreas de atuação estão ligadas ao *design* de interiores de marcas nacionais e internacionais, como escritórios, restaurantes, farmácias, laboratórios ou lojas, mas também criação de marcas e estratégias de comunicação dos mais variados setores.

A adaptação nesta empresa foi bastante suave, pois as vertentes 3D e 2D foram adquiridas e trabalhadas em conjunto na licenciatura de Comunicação e Multimédia, bem como em projetos extracurriculares.

A empresa foi muito prestável logo desde início, durante as oito horas de trabalho diárias. Houve oportunidade de trabalhar com outros *designers* que foram uma grande referência, e que dispensaram grande parte do seu tempo para um forte apoio na aprendizagem dos métodos de trabalho, ferramentas, verificando sempre no final qualquer trabalho feito, apontando quaisquer erros e esclarecendo todas as dúvidas, até atingir um nível autónomo.

Este estágio possibilitou também a compreensão da necessidade de responder às pretensões de cada cliente, sempre de forma criativa e

respeitando os prazos apertados, o que permitiu enriquecer a lista de contactos profissionais dentro e fora da empresa.

Durante este relatório vão sendo apresentados alguns dos projetos trabalhados, as metodologias de desenvolvimento, bem como os seus resultados finais, tornando assim compreensível o desenvolvimento de cada trabalho e a relevância de cada um deles.

1.1 Objetivos de estágio

No início do estágio foram definidos, entre o orientador e o candidato, objetivos a ser cumpridos durante a realização deste, resumidos nos seguintes pontos:

- Desenvolver e aplicar a metodologia de projeto em *design* (*briefing*, pesquisa, criação, prototipagem/teste, desenvolvimento, produção);

- Perceber e dar resposta ao processo de estruturação de todo um projeto de *design* industrial e de comunicação orientado por um *briefing*, nomeadamente em espaços (escritórios, espaços comerciais, entre outros);

- Desenvolver ferramentas para a criação de conceitos de comunicação e universos gráficos aplicados a marcas;

- Entender todo o processo de impressão gráfica e digital e aplicação dos mais diversos materiais, desde a fase de maquete à produção final;

- Experimentar todo o processo num ambiente empresarial;

Além disso, o fator fundamental incidiu no entendimento de *briefings* com indicações de necessidades de comunicação específicas dos clientes, seguindo as suas diretrizes de manuais de identidade visual e corporativa, desde a fase de maquete à implementação real. Sem dúvida que esta foi uma enorme oportunidade de testar os conhecimentos anteriormente adquiridos, tendo a oportunidade de ver o seu resultado final.

1.2 Motivações

As motivações deste estágio curricular, para além do ganho de experiência profissional, foi o gosto pelo *design* gráfico e de comunicação, que aliado ao *design* industrial e de interiores se tornou numa experiência bastante enriquecedora. Sempre com a máxima motivação, por fazer algo que gosto e em equipa com outros *designers* com experiência, mas também por ter a oportunidade de trabalhar marcas internacionalmente conhecidas, enriquecer o meu portefólio, e poder aliar isso à finalização e conclusão do grau de mestre em Multimédia.

1.3 Estrutura do documento

Este documento está estruturado e organizado em sete capítulos, dos quais cinco principais. O primeiro capítulo está agrupado em quatro tópicos, entre os quais:

- A introdução, onde é feita uma introdução àquilo que foi a experiência vivenciada no estágio curricular.
- Os objetivos de estágio, nos quais são descritos os objetivos pretendidos com a realização do estágio.
- Motivações, e o que levou a realizar o estágio.
- Estrutura de documento, no qual é dado a conhecer a estrutura do relatório.

O segundo capítulo está organizado em quatro tópicos, sendo eles:

- Subcapítulo “Empresa de acolhimento”, onde é feito um resumo das áreas de intervenção da empresa no mercado e as suas origens.
- Subcapítulo “Integração na empresa Fauna Lab”, onde é dado a conhecer a integração do aluno na equipa.
- Subcapítulo “Metodologias de trabalho”, que visa explicar todo o processo de trabalho para a maioria dos projetos, com dois subtópicos: Metodologia interna de trabalho, e análise sincrónica no *design* de espaços de trabalho.

- Subcapítulo “Clientes”, onde são enumerados alguns clientes e o tipo de projetos desenvolvidos para cada um deles.

O terceiro capítulo corresponde ao enquadramento e contextualização do *design* de interiores e os seus mercados em Portugal, tendo dois tópicos, dos quais:

- Subcapítulo “Caracterização do *design* de interiores nos espaços de trabalho”, que fala um pouco da história e evolução do conceito.
- Subcapítulo “Enquadramento do *design* de interiores em Portugal”, onde mostra um pouco do que é este conceito em território nacional.

O quarto capítulo tem o nome de: “Função do *designer* na decoração de um espaço”, e agrupa um conjunto de três tópicos, são eles:

- Subcapítulo “Decoração de um espaço”, onde é explicada a importância do *designer* neste trabalho.
- Subcapítulo “Processo de um projeto de *design* de interiores”, que visa combinar o processo no geral com o método usado na empresa Fauna Lab.
- Subcapítulo “Análise da marca”, onde fala do processo de análise e compreensão destes manuais e a sua importância no desenvolvimento criativo.

O quinto capítulo, apresenta um único tópico: “Participação e desenvolvimento de projetos”, no qual é feita a contextualização de todos os projetos desenvolvidos na empresa. Seguindo-se de vários subtópicos, cada um deles referente a um diferente projeto e em que cada um deles são feitos o enquadramento e o processo de desenvolvimento, acompanhado por imagens.

Segue-se o sexto capítulo, que se refere às conclusões do estágio curricular, e perspetivas futuras relativamente ao trabalho.

Por fim, as bibliográficas e netgrafia, que serviram de base e apoio no desenvolvimento deste relatório.

2. Empresa de acolhimento

2.1 Apresentação da empresa

A empresa de acolhimento para o estágio curricular do 2º ano de mestrado em Multimédia foi a Fauna Lab, onde o *design* de comunicação e o *design* industrial funcionam em simbiose e onde são desenvolvidos projetos como um todo, desde a criação do conceito, imagem e estratégia das marcas, até à sua comunicação. Algumas das principais áreas de atuação estão ligadas ao desenho de interiores de marcas nacionais e internacionais, como escritórios, restaurantes, farmácias, laboratórios ou lojas, mas também criação de marcas e estratégias de comunicação dos mais variados setores.

É uma empresa muito jovem, criada em 2012 por uma dupla de *designers* (gráfico e industrial) com imensa experiência no ramo. Desde então a empresa tem vindo a expandir-se, contando agora já com sete funcionários. A Fauna Lab destaca-se no mercado da decoração de espaços de trabalho pela capacidade de conciliar criatividade, qualidade e velocidade de resposta ao cliente, utilizando metodologias, técnicas e ferramentas de trabalho que assim o permitem.

2.2 Integração na empresa Fauna Lab

O estágio na Fauna Lab teve início no dia 01 de novembro de 2017, começando pela apresentação a toda a equipa e dos últimos projetos realizados, sendo assim apresentadas todas as fases do projeto, desde a criação à produção, mostrando alguns dos materiais utilizados na produção e com visita a espaços já produzidos, que trouxeram uma perceção diferente do que seria possível conhecendo apenas maquetes dos mesmos. Foram também apresentadas as metodologias de trabalho e os softwares utilizados: *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop* e *Keynote* (para o *designer* de comunicação).

Os primeiros projetos eram de menor escala, apenas como complementação de grandes projetos, que já estariam a ser desenvolvidos por outros *designers* da empresa. Como podemos ver na Figura 1, a planificação de um calendário desenhada para o centro de operações da *Supercell* em Portugal, com um tema e decoração definidos para o espaço em questão e já em funcionamento, surgiu mais tarde por necessidade do cliente adicionar um calendário para planeamento, que combinasse com o *branding* já existente, que tivesse espaço suficiente para indicar todos os dias do ano e para escrever, mas com as dimensões limitadas a uma parede.

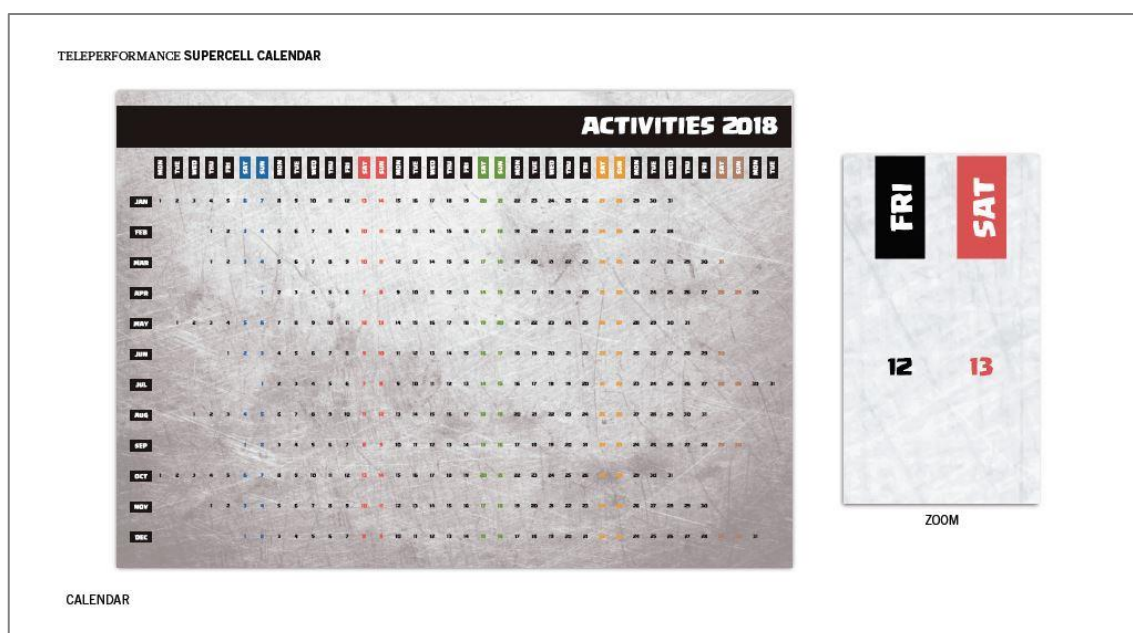


Figura 1 - Elemento ilustrativo, da primeira planificação desenhada para um projeto de calendário da empresa Supercell



Figura 2 - Figura ilustrativa de render da planificação feita na Figura 1, que foi aprovada pelo cliente e implementado no espaço real

Os métodos de trabalho passavam pela pesquisa e desenvolvimento do pretendido pelo cliente, desde o desenho/maquete à apresentação final. Quando aprovado pelo cliente era iniciado o processo de produção e implementação de todos os equipamentos envolvidos.

Após começar a participar desde início e com maior foco, semana após semana os projetos tornaram-se melhores, depois de percebido melhor o funcionamento dos equipamentos e materiais nos diferentes espaços, de modo a que os projetos passaram a ser desenvolvidos mais rapidamente e com menos erros.

A receção pelos *designers* já presentes na empresa tornou a integração fácil, devido à sua experiência e acompanhamento que fizeram em todos os projetos iniciais com revisão e aconselhamento nos projetos. No entanto após o número de projetos começar a ser maior, houve uma necessidade de melhorar a autonomia e afirmação na qualidade das propostas, superando assim uma série de dificuldades e confiança.

2.3 Metodologias de trabalho

2.3.1 Metodologia interna de trabalho

Para o desenvolvimento de projetos de *design* e toda a sua envolvimento, desde a identificação do problema à sua solução é importante haver metodologias. Assim sendo, ao longo do estágio foi posta em prática principalmente uma metodologia interna orientada para um projeto de *design* de interiores, que está dividida em quatro fases:

A primeira fase é iniciada com um *briefing* por parte do cliente na qual é transmitido pelo planeador de projetos a uma dupla de *designers* (gráfico e industrial), apresentando os aspetos mais relevantes (marca, o espaço, requisitos, prazos e por vezes *budget* disponível) para iniciar a fase de execução do projeto.

Na segunda fase é feito um levantamento de medidas necessárias e recolha fotográfica do espaço, utilizando equipamentos como: fitas métricas para pequenos equipamentos, lasers para medir paredes e dimensões do espaço, câmara fotográfica ou telemóvel com câmara para registar o máximo possível de detalhes para o trabalho no atelier ser mais fácil. Este levantamento é feito por uma equipa de *designers*, preferencialmente o *designer* industrial e gráfico escolhidos para o projeto, pois permite uma melhor intervenção decorativa. Com este levantamento percebe-se melhor alguns aspetos importantes como: a iluminação natural e artificial; a altura das paredes; o material da construção das paredes, que determina por exemplo se é possível utilizar equipamentos luminosos no espaço como caixas de luz com a marca e se existe passagem elétrica; o tipo de tecto e se permite colocar algum objeto pendurado ou se é limitado pelas condutas de ar e outros equipamentos, e maioritariamente das vezes a questão de sinalética e segurança que limita a utilização de equipamentos a obstruir as passagens das saídas de emergência e utilização de cores que possam interferir com a identificação das plantas de emergência e extintores. São aspetos e cuidados necessários a ter em conta quando é desenhada a proposta de decoração do espaço. Depois de feito o levantamento, o designer industrial passa toda a informação e desenha uma planificação de todas as paredes, e equipamentos a intervir no software AutoCAD, já com toda a

identificação de sinalética e equipamentos fixos em 2D que ajuda na fase em que o designer de comunicação tem de desenhar sobre aquelas planificações. Em simultâneo, enquanto o designer de comunicação desenha em 2D, o designer industrial faz a modelação do espaço em 3D no software 3DS Max. De seguida, era dado o início à fase criativa (*brainstorming* individual e coletivo) com exploração de ideias e pesquisa sobre a marca e todas as suas diretrizes, fazendo uma recolha de imagens, cores, estilos desenhando sobre a planificação 2D. Alinhando juntamente com o designer industrial a aplicação de mapas sobre os objetos e paredes, escolhendo cuidadosamente equipamentos como: mesas, cadeiras, sofás, puffs e tapetes. Esses equipamentos podem ser de catálogos IKEA ou Conforama quando o budget do cliente é menor, em outros casos de budget mais alargado as peças são desenhadas pela Fauna Lab e produzidas pelos fornecedores. A escolha de materiais a utilizar nas paredes, como: vinil impresso, pintura ou placas de HPL, e escolha de materiais para objetos desenhados como: MDF, acrílico, PVC, que seriam boas escolhas para logótipos grandes. Todos esses materiais são escolhidos maioritariamente por catálogos, de empresas como: ORACAL (vinil), CIN (tintas), POLYREY ou EGGER (placas de HPL), FORBO (tapetes), entre outras. Depois de escolher todos os materiais, segue a fase de renderização das imagens em 3D até ficar idêntico aos materiais escolhidos em catálogo previamente, em especial atenção para os materiais espelhados, com brilho ou fosco que eram mais difíceis de representar em imagem 3D.

A terceira fase, consistia no desenvolvimento da apresentação por escrito ao cliente, onde era explicado o conceito da proposta, alguns casos fazendo uma prévia apresentação de um *moodboard* a seguir e inspirações, como o exemplo da imagem em baixo (Figura 3). Na apresentação estão imagens de renders 3D acompanhadas por notas de pequenos detalhes da proposta, e planificações 2D das paredes e equipamentos de todo o espaço e equipamentos que o compunham, permitindo ao cliente visualizar com mais detalhe, anexado no final as plantas de implementação com o orçamento e todos os materiais necessários para implementar a proposta.



Figura 3 - Exemplo de um Moodboard para um ambiente de um espaço.

Depois do cliente ver a proposta, a empresa recebia uma resposta, que, caso positiva poderia avançar para a última e quarta fase do projeto. Esta fase consiste no levantamento final do espaço feito de novo para garantir um trabalho bem feito e analisar se o espaço permanecia igual desde o início do projeto. Depois de reunida toda a informação do novo levantamento, seguem-se as artes finais, tarefa que compete ao designer gráfico, e que consiste na preparação dos ficheiros gráficos finalizados com o máximo de rigor e pormenor para o fim a que se destina, alinhando parâmetros de impressão digital ou offset, desenho de cortantes e margens de segurança, alinhamento de cores em CMYK, Pantones, testes de cor de imagens, formatos do ficheiro, resolução, entre outros pormenores específicos de cada projeto. Em simultâneo com as artes finais, estão os desenhos técnicos, tarefa que compete ao designer industrial, que consiste no desenho e manual de montagem de equipamentos mais elaborados e desenhados pela empresa, como cadeiras, mesas, caixas de luz, entre outros. Ficando tudo pronto para dar início à produção e instalação de todos os materiais e equipamentos com os fornecedores que colaboram com a Fauna Lab, chegando assim ao resultado final. Podemos verificar todo este processo representado num esquema na Figura 4.

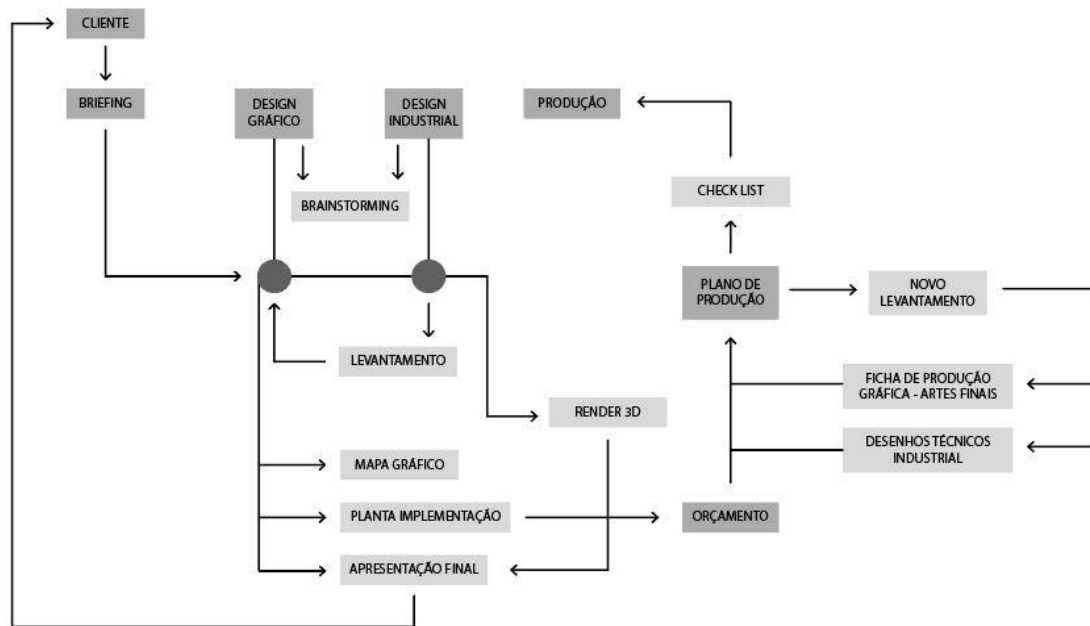


Figura 4 - Esquema de metodologia interna de trabalho utilizada

2.3.2 Análise sincrónica no *design* de espaços de trabalho

A análise sincrónica assenta na pesquisa e comparação de soluções existentes no mercado atualmente, onde é feito um benchmarking, que visa examinar outras empresas da mesma categoria e com o mesmo posicionamento. A análise sincrónica serve para reconhecer o universo do produto em questão e para evitar reinvenções. “A comparação e a crítica dos produtos requerem a formulação de critérios comuns” (BONSIEPE et al., 1984). “Essa análise pode também ser entendida como um levantamento dos produtos do sistema eleito” (BOMFIM, 1977).

Este processo, maioritariamente é feito através de pesquisa na internet de *openspaces*, empresas multinacionais, pequenos escritórios ou outras sedes da mesma empresa em outros lugares do mundo, para completar a pesquisa, por vezes é feita em catálogos, quando é procurado um equipamento específico, como um sofá, mesas, cadeiras, mobiliário, entre outros, que vão enriquecer e dar um toque especial na decoração do espaço.

Esta análise permite diversas vezes a ajuda no processo criativo, com novas ideias e tendências importantes, que certamente foi benéfico em outras marcas.

Nas Figuras 5 e 6 vemos um exemplo onde a análise sincrónica foi essencial, num projeto de decoração do centro de operações da *Epic Games* em Portugal, que inspirou a decoração de uma parede feita com policarbonato alveolar e o logotipo da marca sobressaído, tal como a parede metálica com o logotipo no centro.

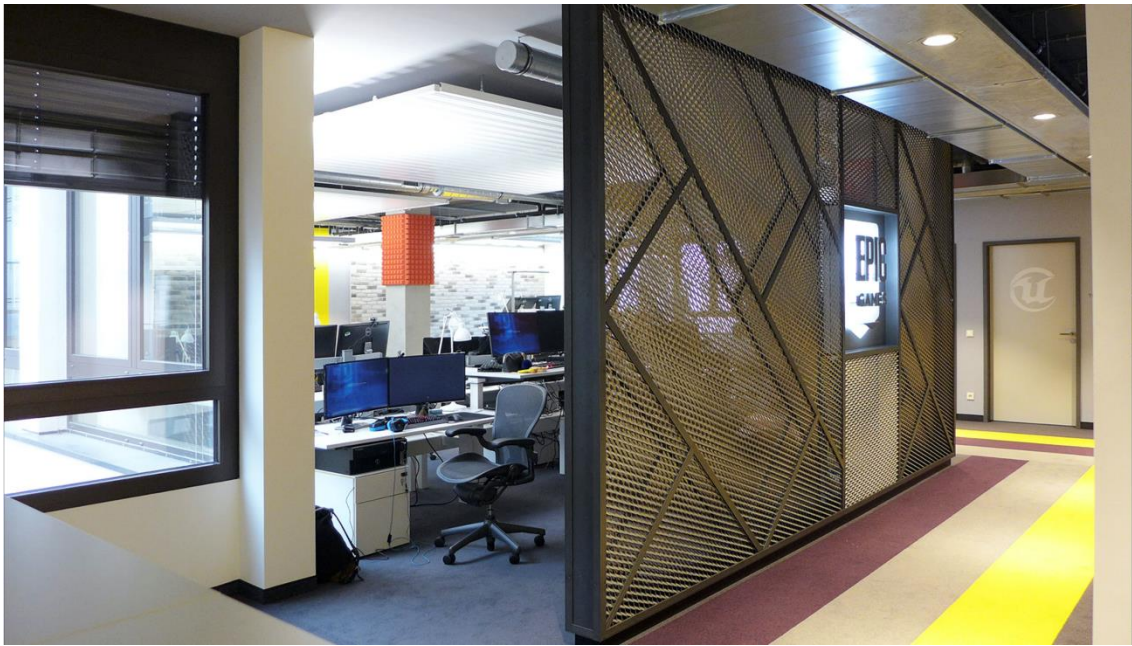


Figura 5 - Fotografia proveniente da análise sincrónica, que serviu de base de inspiração para projeto da mesma marca



Figura 6 - Imagem de projeto, com inspiração na Figura 5

2.4 Clientes

A Fauna Lab é uma empresa de *design* industrial e de comunicação, onde os principais clientes são empresas que pretendem investir na decoração dos seus espaços de trabalho. Podemos observar na Figura 7 um *render* de uma proposta de decoração para um centro de operações da *Epic Games*.

Um dos principais clientes da Fauna Lab é uma multinacional (cuja sua identidade não pode ser revelada devido a contratos de confidencialidade) que acolhe diversos centros de operações de todo o mundo, de marcas internacionalmente conhecidas como a *Netflix*, *Philips*, *Supercell*, *Staples*, *Ebay*, entre outros. Para este cliente foram desenvolvidos imensos projetos, desde renovação de *branding*, propostas de *new business*, e projetos de *branding* de novos edifícios.

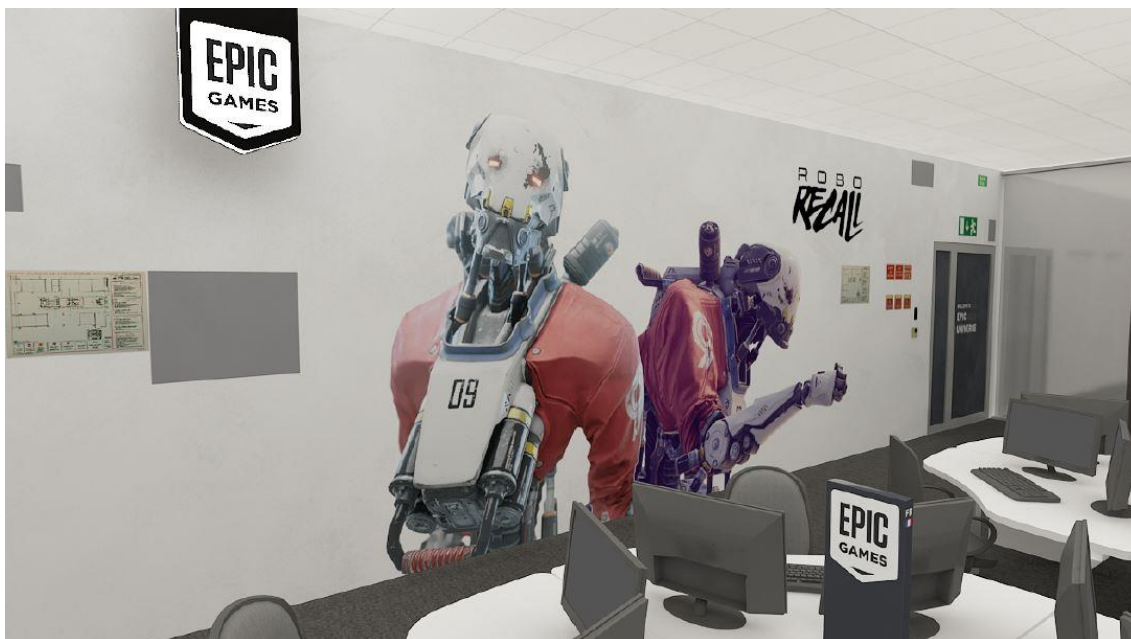


Figura 7 - Exemplo de trabalho de decoração de um espaço de trabalho

São também desenvolvidos diversos projetos que envolvem estratégias de marcas e a sua comunicação, onde a Fauna Lab tem alguma presença no mercado angolano, que se encontra em grande desenvolvimento nos mais diversos setores. Temos como exemplo a *Kyambote*, uma rede de farmácias angolana, cujo exemplo de um trabalho podemos verificar na Figura 8. A *Salimpa*, uma empresa de *facility services* e a *Esquissos*, uma empresa de arquitetura e engenharia, nas quais a Fauna Lab, tem um papel muito importante na sua comunicação e na criação das suas marcas e conteúdos gráficos.



Figura 8 - Exemplo de trabalho de comunicação feito para a empresa "Kyambote"

3. Enquadramento e contextualização do *design* de interiores e os seus mercados em Portugal

No âmbito do estágio na empresa Fauna Lab, este relatório visa compreender quais os processos da decoração de interiores de um espaço de trabalho, as funções generalistas de um *designer* e os recursos tecnológicos que permitem a sua execução.

Neste capítulo será feita uma caracterização do *design* de interiores nos espaços de trabalho, e o seu enquadramento em Portugal.

3.1 Caracterização do *design* de interiores nos espaços de trabalho

As empresas mais inteligentes entendem que os espaços de trabalho são uma forte ferramenta de negócios. O *design* de interiores das empresas, espaços de trabalho ou lojas não deve ser visto como um custo, mas sim como um investimento. Pois vai dar um enorme contributo para aumentar o fluxo de negócio, estimular a inovação e criatividade dos trabalhadores para criarem novos produtos, e promover também o bem-estar no trabalho. (PEREIRA, 2017)

Este conceito teve os seus primórdios no início do século XX, na empresa norte americana de vendas por correspondência, a *Larkin Company*, pediu o desenho da sua sede ao arquiteto Frank Lloyd Wright. Este negócio, sediado na cidade de *Buffalo*, Nova Iorque, teve um pico de crescimento bastante acentuado, e os seus administradores sentiram a necessidade de ter um edifício que potenciasse as oportunidades de sucesso comercial, integrando a tecnologia mais inovadora e inspirando-se nas teorias da gestão da época. Lloyd Wright projetou um edifício com quatro pisos, escritórios, corredores e um *openspace*, com condições de trabalho acima do normal no ano em questão, como podemos observar na Figura 9. (PEREIRA, 2017)



Figura 9 - Interior da "Larkin Company" e os seus trabalhadores

O que tornou particularmente mais simbólico nesta construção não foi apenas o aspeto em si, mas sim o facto de ter sido feita à medida para as suas necessidades e pensada para responder a objetivos comerciais, apoiando a estratégia comercial, integrando processos de trabalho mais inovadores e a transmissão de um conjunto de valores corporativos. (PEREIRA, 2017)

A empresa norte-americana de arquitetura e *design* *Gensler*, sediada em São Francisco na Califórnia, identifica quatro áreas essenciais que precisam de estar sempre disponíveis para os funcionários: espaços para o foco, a colaboração, aprendizagem e socialização. Trata-se de oferecer aos funcionários diversos modos de trabalho, não apenas um espaço aberto ou uma secretária em modo cubículo, mas sim considerar zonas de lounge para beber um café, salas de conferência, salas de reuniões e apresentações,

espaços dedicados à formação de funcionários. A mudança e atualização do layout e decoração dos espaços é outro fator importantíssimo a reter, já que com o passar dos anos a cultura da empresa vai mudando, e o mundo ao redor também se atualiza, nomeadamente em empresas de tecnologia e inovação. (PEREIRA, 2017)

O *design* e o equipamento do espaço de trabalho são um grande investimento para qualquer organização. Este conceito foi tendo cada vez mais adeptos, e os espaços de trabalho começaram a ser vistos como uma ferramenta de negócio fundamental, que fortalece os valores de uma empresa/negócio, e o alinhar do posicionamento das equipas e as suas funções com as estratégias de negócio, que contribui para um aumento da criatividade, comunicação e produtividade das organizações.

3.2 Enquadramento do *design* de interiores em Portugal

Em Portugal, as entidades empregadoras estão cada vez mais a apostar na decoração dos seus espaços de trabalho. Temos diversos casos de sucesso e conhecidos nacionalmente como: *Deloitte* (Figura 10), *Santander Totta*, *Blip* (Figura 11), sede da EDP, entre outros.

A aposta na pesquisa internacional de como são os escritórios do futuro para aplicar esses conceitos nas suas instalações é um dos hábitos de algumas multinacionais, como o exemplo da *Deloitte*, que tem em Portugal um espaço organizado e completo, usando o conceito de *Openspace*, mas com salas de silêncio disponíveis para todos os funcionários. Estão também disponíveis salas multidisciplinares de lazer, sala de conferências, zonas VIP, áreas de refeição, tudo isto numa só empresa. (LIGHTS ON, 2016)



Figura 10 - Hub da Deloitte de Lisboa



Figura 11 - Zona de lounge da Blip no Porto

Não só as multinacionais, mas até as mais jovens start-ups já querem fazer das suas instalações sítios mais bonitos para trabalhar. Claro que com restrições nomeadamente financeiras, o que impossibilita a construção de grandes espaços com salas individuais e zonas de refeições, por exemplo. Mas com o surgir de novos conceitos, já é possível obter um espaço bastante acolhedor com materiais reciclados e mais baratos, que como consequência terá uma maior produtividade das equipas e assim obter o crescimento desejado para a start-up.

4. Função do *designer* na decoração de um espaço

4.1 Decoração de um espaço

A veia componente e artística do *designer*, o cuidado de aplicar a marca nos diferentes espaços de acordo com o *brandbook*, a capacidade de escolher e combinar as melhores cores ou texturas são os princípios para se tornar um bom *designer* de interiores. Porém, não é apenas isso que é fundamental. Não conhecer pessoalmente o espaço e as suas limitações pode ser um problema.

4.1.1 Processo de um projeto de *design* de interiores

O *design* de um espaço, nomeadamente de empresas, tem todo um processo de desenvolvimento antes de chegar ao cliente, e primeiramente é necessário procurar compreender o conceito e significado do *design* de interiores. “Há uma regra de decoração que merece ser obedecida: para onde quer que se olhe, deve haver algo que nos faça feliz” (MEDEIROS, 2011). Posto isto, é importante perceber que qualquer que seja o espaço, deve ser pensado de forma a tornar-se num sítio agradável onde os utilizadores se sintam bem.

É a partir deste princípio que a Fauna Lab intervém nos espaços, assumindo o compromisso de transmitir o espírito e valores de cada marca para o seu espaço, não só pelas imagens, cores, ou outros materiais como por exemplo: madeira, cortiça ou acrílico, aplicado nas paredes ou vidros, que venham a combinar com o que a marca representa e onde normalmente se dá destaque à identificação da mesma, mas também pensar num tapete com um padrão personalizado, em zonas de *lounge* e *lab*, salas de reunião, salas de formação, gabinetes e outras peças que sejam decorativas.

“Na decoração, coloque sempre uma peça controversa, vai ser assunto para as pessoas falarem” (CARLETON, 1988). Na Fauna Lab acontece muito a decoração de *open spaces* (espaços de trabalho divididos entre várias empresas), e por vezes algumas empresas mais conservadoras e não

querendo investir num projeto de decoração, após conhecerem outros espaços com quem partilham o edifício ou até mesmo o *open space* sentem por vezes necessidade de procurar fazer o mesmo, e por algumas vezes solicitam equipamentos muito idênticos a outros projetos.

Um projeto normalmente é iniciado quando o cliente contacta o gestor de projetos da Fauna Lab e apresenta um *briefing*. Por vezes, o cliente tem claro aquilo que pretende para o seu espaço limitando um pouco a criatividade. Outras vezes, o cliente dá uma liberdade maior para desenhar o espaço sem qualquer limitação. “*Não acho que as pessoas se divertem o suficiente com a decoração. Não precisa ser sempre um trabalho tão sério. O design não é como o casamento, você não precisa de comprometer por toda vida*” (CASSIDY 2010).

De seguida o projeto é colocado em planeamento e são escolhidos os *designers* necessários para desenvolver o projeto, é feita uma reunião onde lhes é passado o *briefing* do cliente e todas as especificações mais técnicas.

A equipa responsável trata de desenvolver a proposta no prazo estipulado, terminando com apresentação pronta a entregar ao cliente e orçamento feito pelo departamento financeiro.

O gestor de projetos depois de validar a proposta, apresenta ao cliente. Depois desta etapa pode seguir-se um processo de alterações específicas de layout e *design*, ou questões financeiras que o cliente irá avaliar até ser dado o início à produção do projeto.

Podemos observar num esquema todo este processo de projeto de *design* de interiores na Figura 12.

4.1.2 Análise da marca

A análise de manuais de identidade visual e corporativa das marcas é fundamental para iniciar qualquer tipo de projeto que envolva uma ou várias marcas, pois contém uma série de recomendações, especificações e normas técnicas, que são essenciais para a aplicação adequada de uma marca nos mais diferentes equipamentos e espaços, com o principal objetivo de preservar a identidade e as suas propriedades visuais, pois vai facilitar a identificação e memorização da marca. Temos o exemplo de uma página de um manual de normas que exemplifica o uso correto e incorreto do logotipo da marca EDP (Figura 13).

Quando não é fornecido de imediato pelo cliente o manual de identidade visual, e o prazo de finalização do projeto se aproxima, é dado início ao processo de pesquisa intensiva. Este processo começa pela procura de informação nos sites oficiais das marcas, aplicações em casos reais (*web*, publicidade, lojas, etc.), reunindo assim um conjunto de materiais necessários e suficientes para o desenvolvimento de um projeto, que posteriormente é alinhado às normas da marca. Em casos pontuais, houve necessidade de reformular uma nova proposta mediante os materiais gráficos enviados pelo cliente.

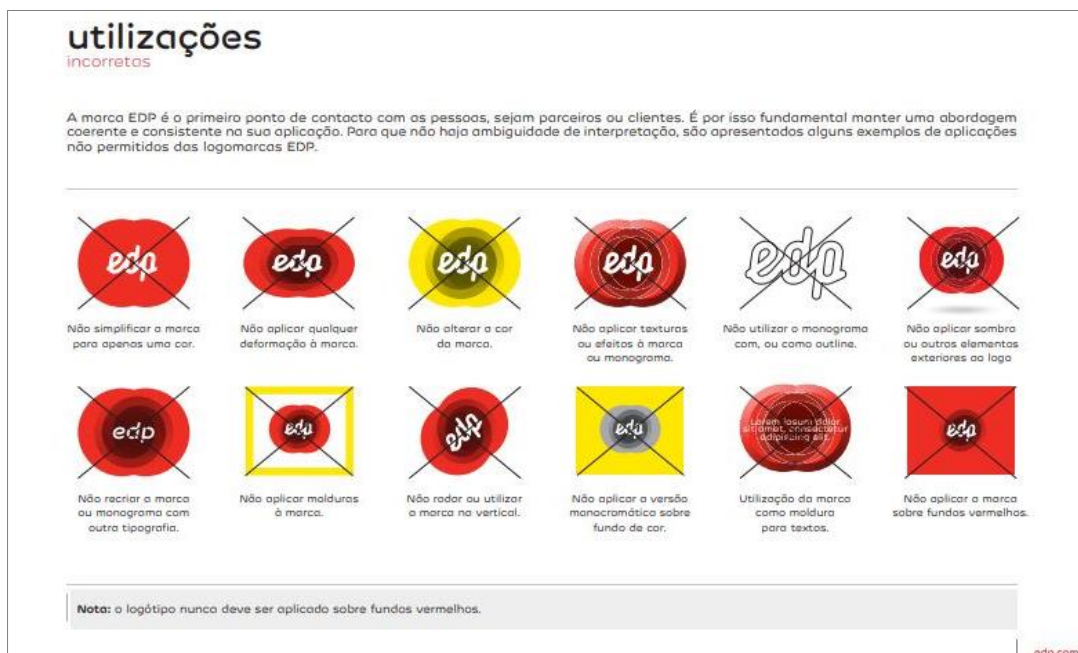


Figura 13 – Exemplo de página de manual de normas gráficas, utilizado em projeto

5. Participação e desenvolvimento de projetos

Enquanto estagiário na Fauna Lab, houve a oportunidade de fazer parte da uma equipa responsável por desenvolver grandes projetos, e outros projetos realizados individualmente, mas sempre com acompanhamento de um *designer* sénior.

Os projetos eram maioritariamente de *design* de interiores de espaços de trabalho, alguns desde a fase de recolha fotográfica e levantamento do espaço até à implementação do mesmo, outros de intervenção a meio do projeto ou auxílio a outra equipa em projetos de maior dimensão. Outros projetos voltavam-se para a criação de marcas e desenvolvimento de peças gráficas.

Logo desde cedo, e devido ao elevado volume de trabalho da empresa, houve oportunidade de participar nos projetos principais da empresa. Após dois dias de formação, com explicação das metodologias, apresentação dos clientes e visualização de projetos feitos anteriormente surgiu o primeiro projeto (5.1), que surge nos tópicos a seguir.

5.1 Projeto 1: Mudança de espaço do centro de operações da Staples

5.1.1 Enquadramento e objetivos do projeto

Este foi o primeiro projeto, e insere-se no *design* de interiores desenvolvido para um dos principais clientes da empresa onde se encontra o centro de operações da Staples em Lisboa. O antigo espaço teria sido feito pela empresa Fauna Lab, mas em consequência do crescimento do centro de operações da Staples, houve necessidade de expansão da equipa para um espaço maior.

5.1.2 Desenvolvimento do projeto

Este projeto começou com um *briefing* do cliente, com a necessidade de mudar o espaço de trabalho devido à expansão da equipa, e após ser escolhido o espaço feito um levantamento fotográfico e de medidas e também o envio por parte do cliente da planta 2D do espaço (Figura 14), o número de pessoas que teria e o *budget*.

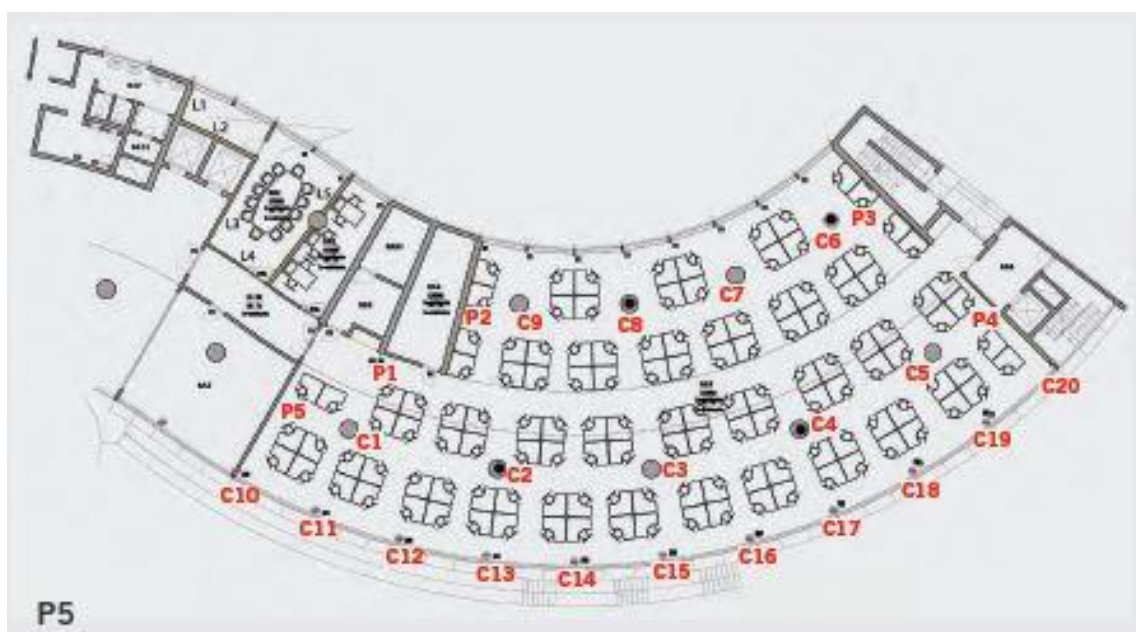


Figura 14 - Planta do edifício do centro de operações da Staples

Após uma análise ao espaço, *briefing* e *buget* pretendido pelo cliente, iniciou-se o desenho da planificação de todas as paredes e colunas do espaço, posteriormente modeladas em 3D no software *3DS Max* pela equipa de *design* industrial, tudo com base no levantamento feito ao espaço, para evitar quaisquer problemas de arte finalização e implementação. O que se aplica a todos os projetos.

Quando concluído o estudo de normas e pesquisa sobre a marca, é desenhada toda a decoração 2D sobre a planificação para aplicar texturas, imagens, posicionamento de equipamentos no software *Adobe Illustrator* por um *designer* de comunicação, como é possível verificar na Figura 15.

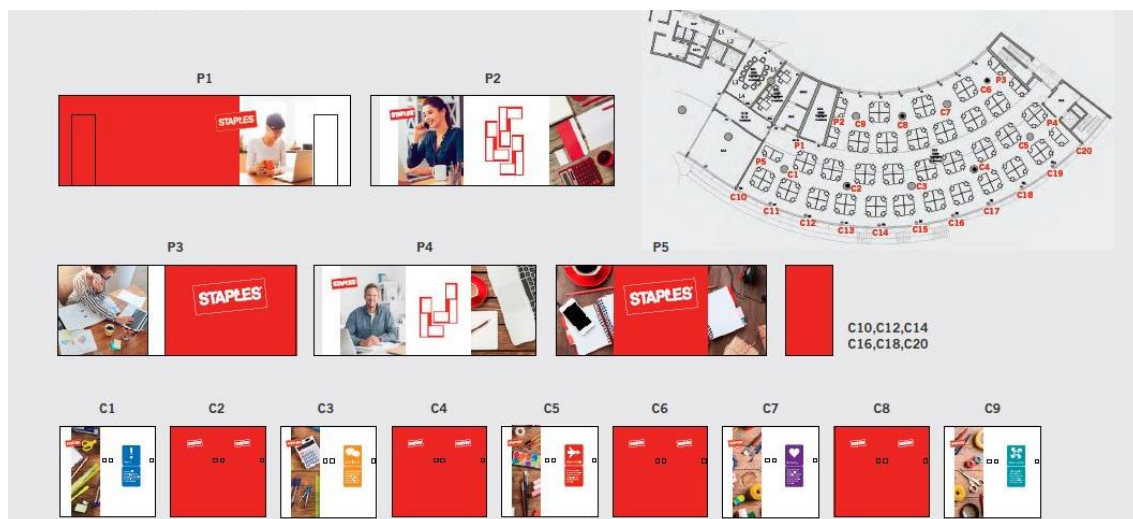


Figura 15 - Planificação 2D de mapas e cores para aplicar no design 3D.

Após feito o mapa 2D, é a vez do *designer* industrial intervir, e aplicar todas as planificações desenhadas, texturas e cores definidas, como é possível verificar nas Figuras 16,17,18 e 19. É feito também um estudo, entre o *designer* gráfico e *designer* industrial para definir cores de cadeiras, mesas, equipamentos necessários como estantes, etc.



Figura 16 - Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.



Figura 17 - Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.

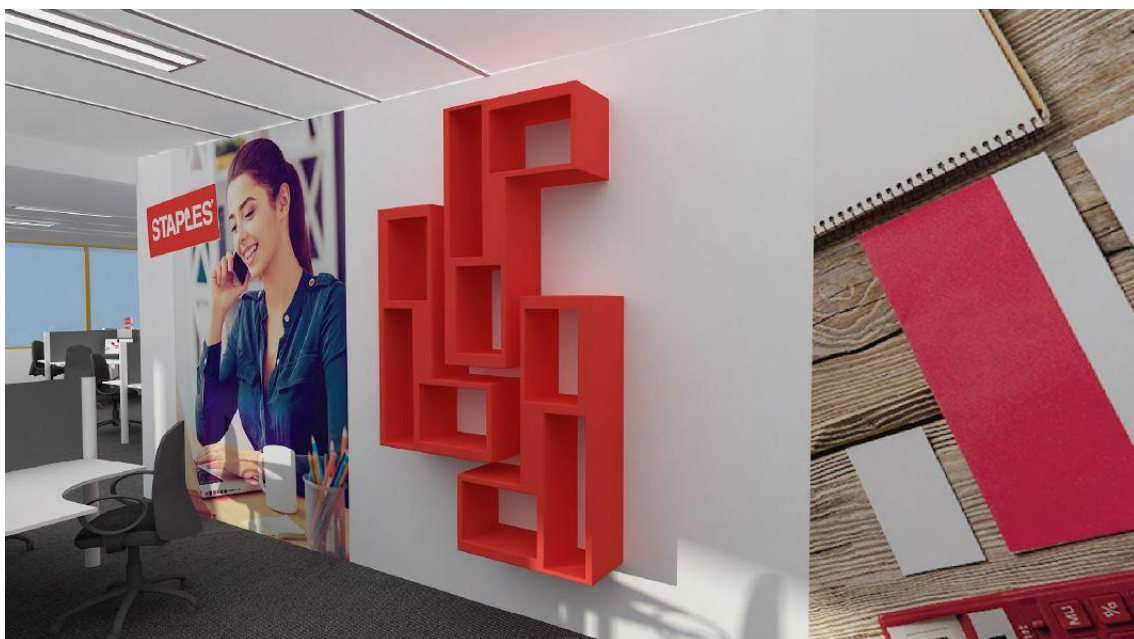


Figura 18 - Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.

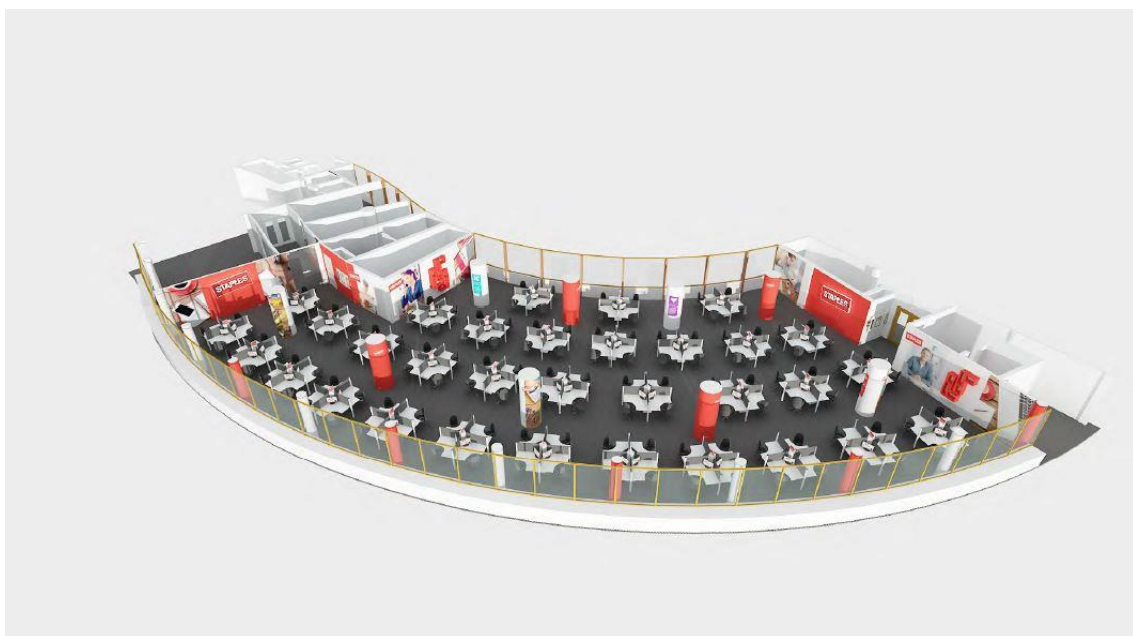


Figura 19 - Vista aérea de todo o espaço

Quando chegado a esta fase, com os *renders* do espaço em alta resolução, é preparada uma apresentação ao cliente com todas as imagens em 3D, planificações individuais de cada parede em 2D, incluindo também os materiais e equipamentos necessários para produzir.

Esta proposta foi adjudicada, todas as imagens e cores foram feitas com vinil impresso, as estantes desenhadas pelo designer industrial foram produzidas por um fornecedor em MDF lacado ao pantone da Staples, no entanto por motivos de contrato de privacidade não é possível apresentar fotografias do espaço já em funcionamento.

5.2 Projeto 2: Mudança de espaço do centro de operações da *Netflix* em Lisboa

5.2.1 Enquadramento e objetivos do projeto

Este projeto está também inserido na decoração de interiores, foi desenvolvido para um dos principais clientes da empresa onde se encontra o centro de operações da *Netflix* em Lisboa.

5.2.2 Desenvolvimento do projeto

Este foi um projeto de *rebranding* do espaço, já que o cliente sentiu necessidade de renovar o seu espaço, o antigo espaço teria imagens desatualizadas e versões anteriores do logotipo. A pedido do cliente, este teria de ser um espaço decorado com imagens das principais séries disponíveis na *Netflix*, onde os tons preto e vermelho fossem predominantes no espaço, criando assim um desafio a resolver, devido às imagens fornecidas pelo cliente serem demasiado coloridas, com cores muito vibrantes e efeitos especiais, que facilmente tornavam o espaço demasiado confuso visualmente e facilmente cansativo para os colaboradores.

A metodologia deste trabalho baseia-se na metodologia utilizada pela empresa Fauna Lab nos projetos de decoração interiores, referido ao longo deste relatório.

Após o levantamento de informação do espaço (medidas, fotografias), é feito pelo *designer* industrial a modelação do espaço, enquanto o *designer* gráfico faz pesquisa sobre a marca, analisa o manual de normas e procura recursos gráficos para começar a desenhar a proposta.

É utilizado o software *Adobe Illustrator*, para planificar todas as paredes, texturas e cores (Figuras 20 e 21), nesta fase já estava a ser feito um estudo, de como a utilização das imagens das séries solicitadas pelo cliente não iriam carregar demasiado o espaço visualmente. Depois de finalizada esta fase é exportado um ficheiro no formato PNG alta resolução e cores RGB, para o software *3DS Max* utilizado pelos *designers* industriais reconhecer as cores, e de seguida eram feitos os renders do projeto.

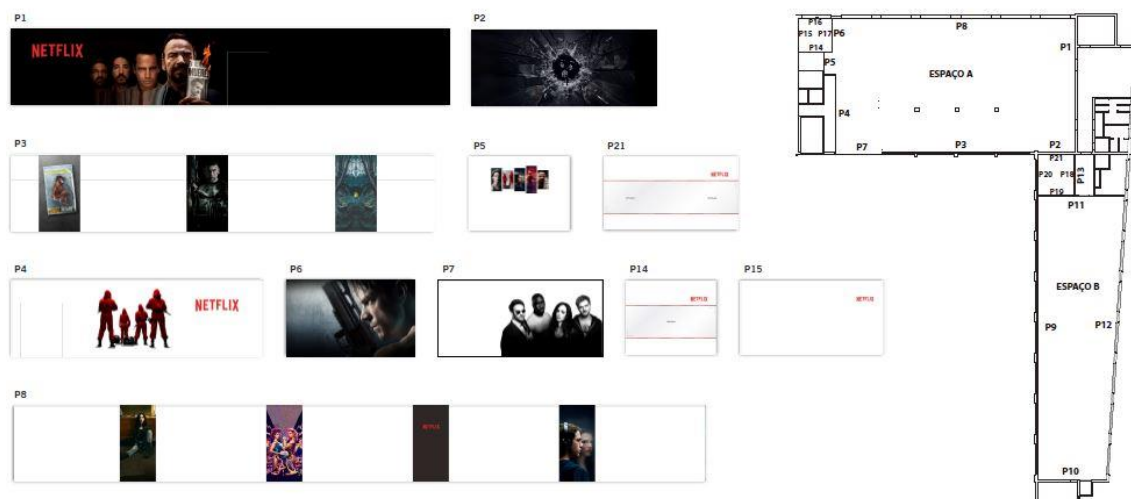


Figura 20 - Planificação e planta do espaço (parte 1)

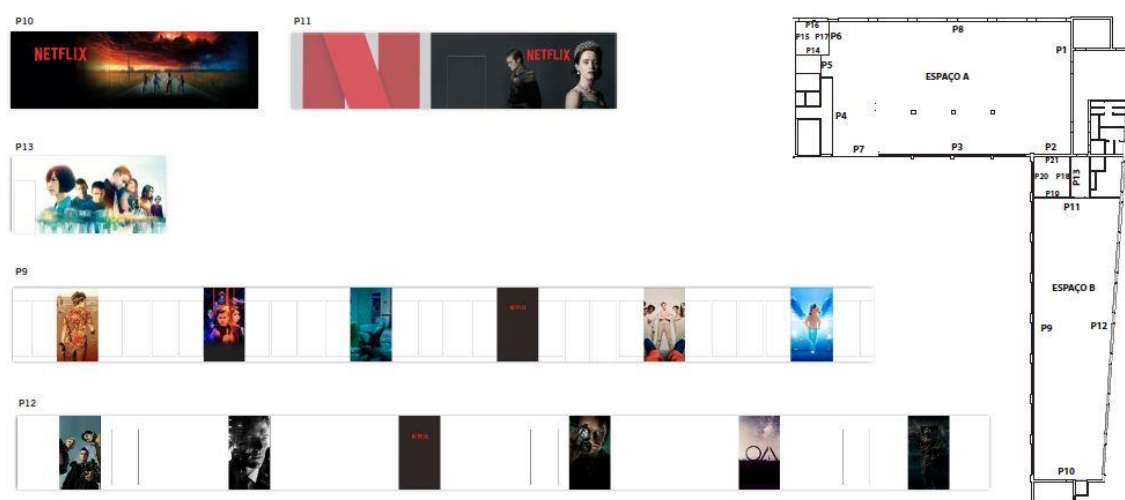


Figura 21 - Planificação e planta do espaço (parte 2)

Este espaço tem uma área muito maior que a do projeto anterior, está em funcionamento durante 24h, pois agrega imensos funcionários de diversas nacionalidades, e para tal este espaço teve necessidade de estar preparado para manter o bem-estar no trabalho.

Em primeiro lugar, foi necessário resolver o problema de múltiplas nacionalidades no mesmo espaço, de forma a manter-se organizado. Para isso foi pensada e desenvolvida uma peça de pequena dimensão com cerca de 250mm de altura e 150mm de largura, dentro da na linha gráfica da marca, colocada no centro das ilhas onde estão os funcionários com a identificação

das nacionalidades. Nas Figuras 22 e 23 identificamos as peças em questão, e o funcionamento delas no espaço:



Figura 22 - Peças de centro de mesa, para identificação das nacionalidades



Figura 23 - Exemplo de utilização do centro de mesa no espaço

A pedido do cliente, foram pensadas duas áreas do espaço dedicadas a zona de lounge (Figura 24), e zona de *lab* (Figura 25), onde os funcionários podem testar os equipamentos. A zona de lounge é composta por um tapete com referência da cor e material escolhidos pelos *designers*, através de amostras de catálogo de um dos fornecedores da agência, os três sofás tiveram o mesmo processo, mas com a escolha de um material que fosse de uma cor escura para esconder a sujidade e facilmente lavável. Foi feita uma divisória com elásticos comprados online, pensados exclusivamente para a marca, respeitando as cores do manual de normas, com um *design* bastante simplificado, que foram aplicados conforme o desenho pela equipa de montagem. Deste *lounge* fazem também parte duas televisões na parede para uso exclusivo dos funcionários e não apenas para institucional e figurativo.



Figura 24 - Zona lounge

A zona *lab*, dedicada a testes de equipamentos e software da marca, foi pensada para uso em simultâneo de várias pessoas, com diversas televisões nas paredes e um móvel desenhado pelo designer industrial adaptado à medida para arrumo de equipamentos específicos que o cliente indicou, para evitar a desorganização (Figura 26). Nesta zona foram também desenhados e produzidos pufes de acordo com o *design* dos sofás da zona de lounge.



Figura 25 - Zona lab



Figura 26 - Móvel para arrumo de equipamentos utilizados pela Netflix

Foram sugeridos mais dois equipamentos para serem dispostos ao longo do espaço, em consequência de o espaço ter uma área bastante grande.

Um deles é um biombo móvel, uma peça desenhada e produzida exclusivamente pela agência, que é adaptado para diversos espaços de trabalho. Este biombo tem um *whiteboard* de uma das faces para os funcionários usarem de forma a organizarem esquemas e tarefas do dia a dia. O biombo tem rodas para ser facilmente móvel de um lado para o outro sem grande dificuldade (Figura 27). A outra face do biombo serve como decoração, com o logotipo da *Netflix* num fundo de cor preta, pois mesmo estando disposto em qualquer sítio do espaço, não é visto como uma peça que desconfigure visualmente a decoração geral.

O outro equipamento, é uma cabine isolada, que tem como função a privacidade dos funcionários. É desenhada exclusivamente para este centro de operações pelos designers industriais que fizeram parte deste projeto, e ajustado de acordo com materiais e cores definidos pelo designer gráfico, respeitando as normas da marca. Este equipamento tem uma mesa onde é possível colocar dois computadores portáteis em simultâneo, e dois bancos (Figura 28). É construído em madeira, forrado com cortiça para isolamento de sons, conta com uma entrada, feita em vidro com uma película de vinil fosco para evitar a visualização total para o interior. Existem várias ao longo de todo o espaço de trabalho.



Figura 27 - Biombo móvel



Figura 28 - Cabine

Quando chegado a esta fase, com os *renders* do espaço em alta resolução, é preparada uma apresentação ao cliente com todos as imagens em 3D conforme as Figuras 29 e 30, planificações individuais de cada parede em 2D, incluindo também os materiais e equipamentos necessários para produzir.



Figura 29 - Ala 1 do espaço

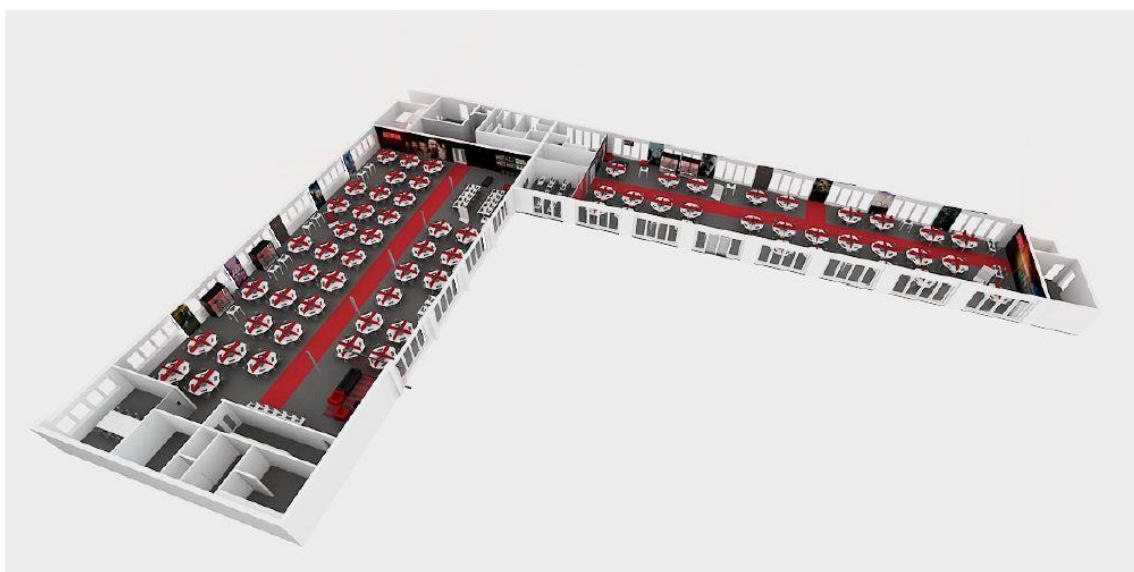


Figura 30 - Vista aérea do espaço

Na Figura 31, temos uma fotografia de uma das zonas desenhada no projeto já implementado e em funcionamento .

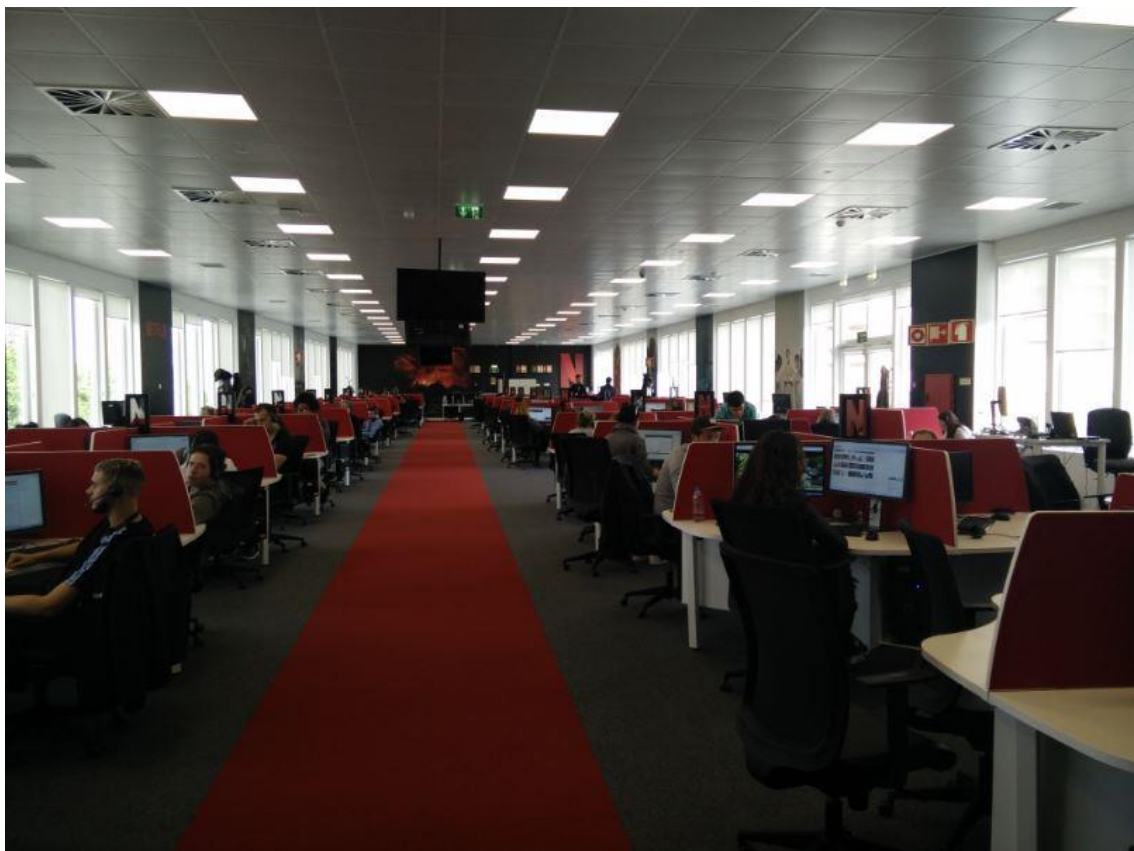


Figura 31 - Ala 1 do espaço já implementado e em funcionamento

5.3 Projeto 3: Proposta de *new business* da Epic Games

5.3.1 Enquadramento e objetivos do projeto

Este projeto está também inserido na decoração de interiores, é um exemplo de um projeto feito sem qualquer manual de normas gráficas da marca, sem qualquer material fornecido pela marca para ser trabalhado. É um projeto de *new business* para conquistar o cliente a trazer o centro de operações para Portugal.

5.3.2 Desenvolvimento do projeto

A metodologia deste trabalho baseia-se na metodologia utilizada pela empresa Fauna Lab nos projetos de decoração de interiores, referido ao longo deste relatório, mas com algumas diferenças técnicas. Sem qualquer levantamento feito ao espaço, pois como não era um espaço escolhido utilizamos uma modelação já utilizada em outro projeto, num dos edifícios do cliente. Com toda a liberdade para fazer a proposta, apenas com o pedido especial do cliente de o surpreender, foi dado início ao projeto na empresa.

Inicialmente foi escolhida uma equipa, composta por um *designer* gráfico e outro industrial. Este projeto de *New Business* teve a particularidade de ser desenhado sem qualquer manual de normas gráficas, ou materiais gráficos enviados pelo cliente. Foi um projeto feito através de pesquisa online (*web site*, campanhas de publicidade, redes sociais), jogar os jogos que esta empresa produz, para incorporar totalmente a marca e perceber o tipo de ambiente, as personagens mais importantes dos jogos, permitindo conhecer melhor a marca. Assim que terminado esse processo de pesquisa, é feito um *brainstorming* entre os *designers* para definir alguns conceitos e linha visual a seguir.

O *designer* gráfico utiliza o *software Adobe Illustrator* para planificar as paredes e texturas utilizadas na proposta, exportada num ficheiro PNG, alta resolução e cores RGB, para o *designer* industrial aplicar no *software 3DS Max*, conforme a Figura 32.

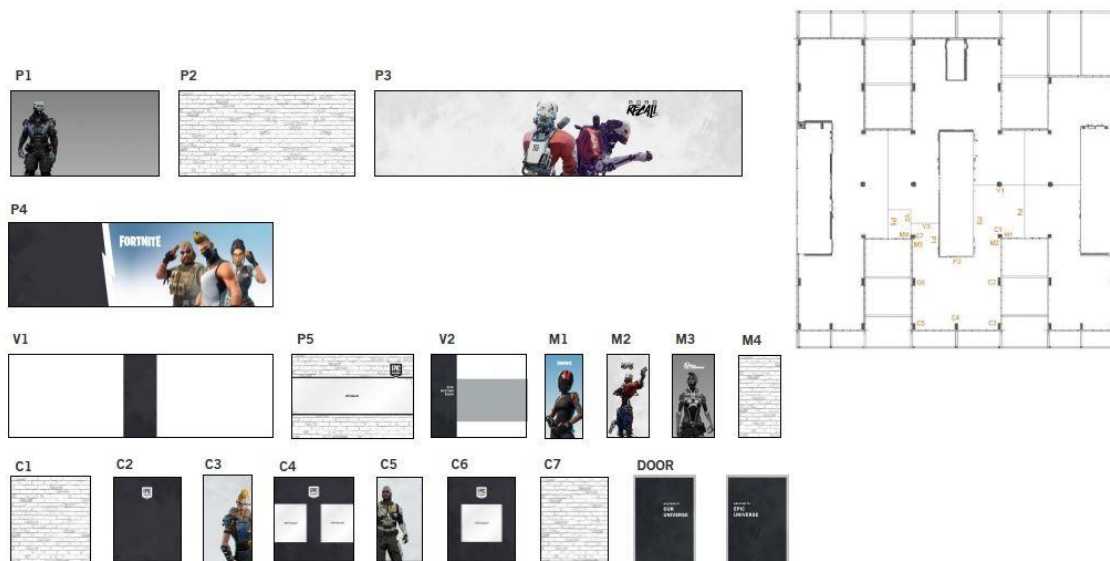


Figura 32 - Planificação e planta do espaço utilizado para a proposta

É um espaço consideravelmente grande em relação a projetos idênticos a este, com zona para reunião e uma zona de lounge.

A linha visual optada para este projeto, teve uma orientação mais *gaming* como a própria marca, muito à base de imagens de jogos, cores berrantes e menos estático. Daí a escolha de materiais com tons azuis e laranja, sofás e móveis desenhados com influência no logotipo. Foi feita uma parede especial em polycarbonato alveolar que divide a zona de lounge da zona de trabalho como podemos ver na Figura 33.



Figura 33 - Zona de lounge

Esta parede encontra-se na zona de lounge, com vista da entrada na operação, vislumbrando assim qualquer visitante no espaço. As paredes ao longo do espaço estão decoradas com temas de jogos desenvolvidos pela marca, e texturas que combinam com esses jogos, imagens produzidas em vinil impresso e textura através de placas de HPL com uma referência escolhida em catálogo para simular os tijolos brancos. (Figuras 34 e 35).

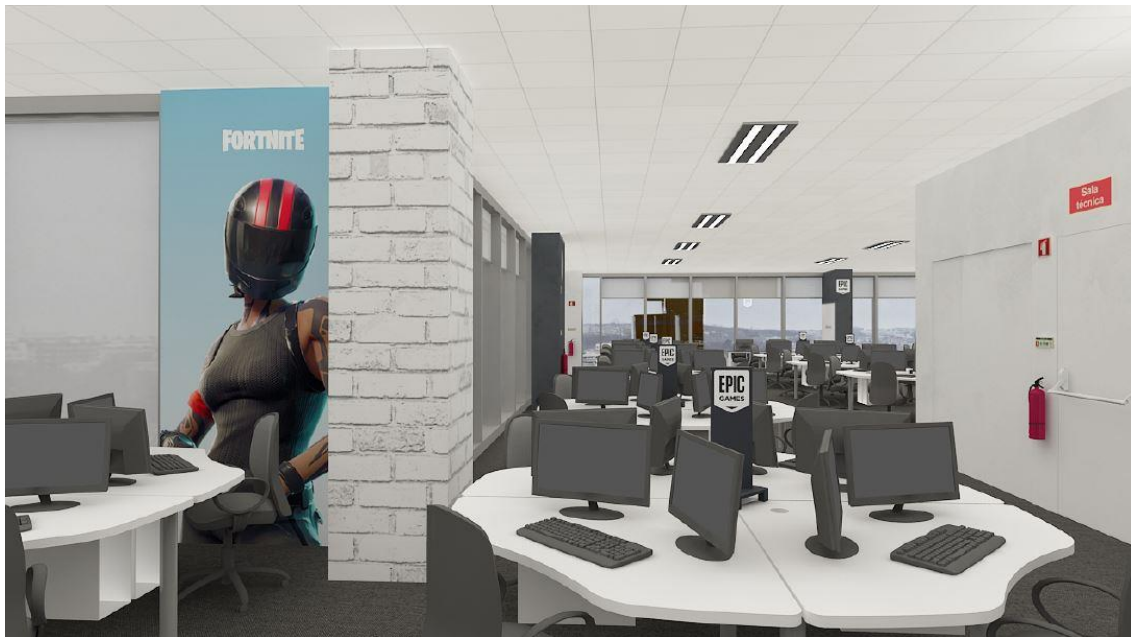


Figura 34 - Vista da entrada do espaço

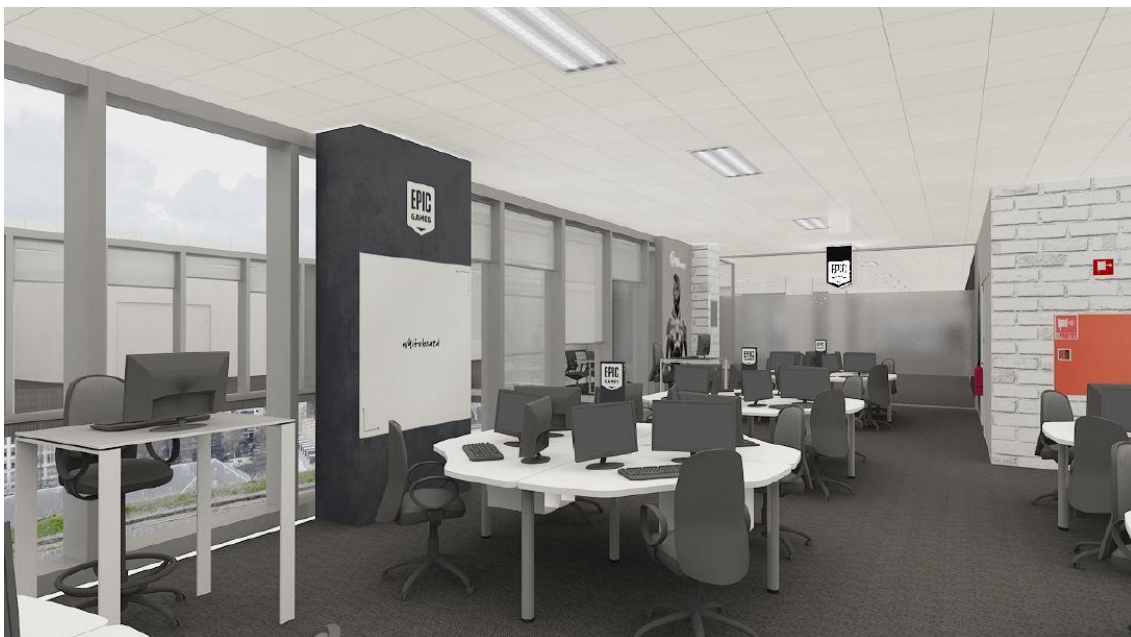


Figura 35 - Corredor central do espaço

Na Figura 36 temos um exemplo do logotipo pendurado no teto feito em PVC branco com vinil impresso na frente, e distribuído ao longo do espaço juntamente de algumas Figuras principais do jogo, e com objetivo de ver a marca em qualquer lado do espaço.



Figura 36 - Render de uma parede do espaço

Para completar o projeto, foi criada uma zona para reuniões, com uma textura que remete para o ambiente de *gaming*, com mesa para seis pessoas e um *whiteboard* ao longo da parede para facilitar as reuniões tal como podemos ver na Figura 37.

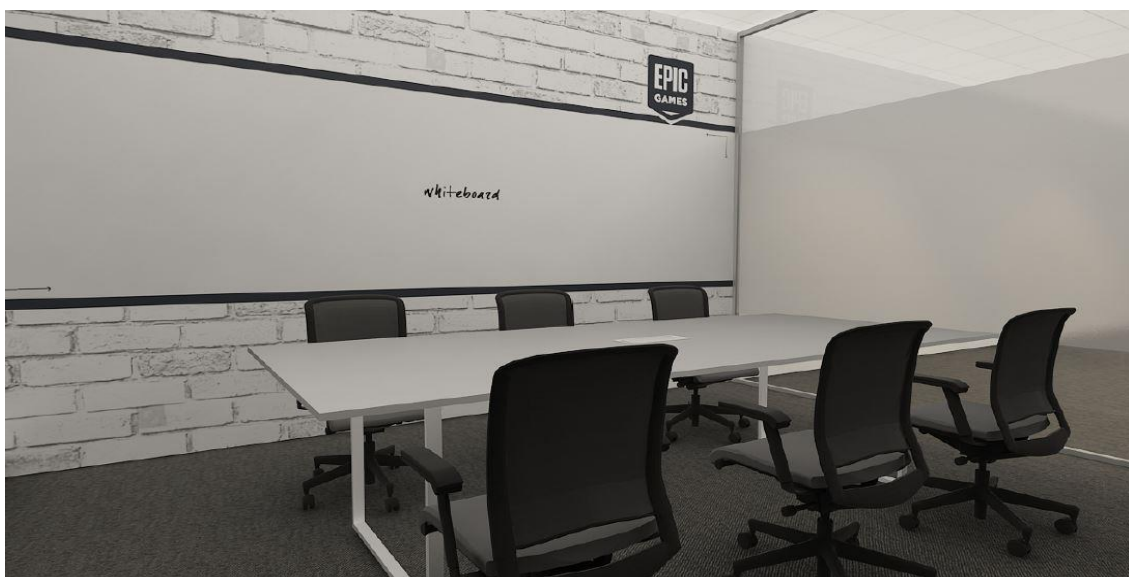


Figura 37 - Zona de reuniões

Tal como no projeto da *Netflix*, a questão de centros de operações como este tem o problema de múltiplas nacionalidades no mesmo espaço, e para resolver essa questão e manter o espaço organizado propomos também já uma solução de peça de centro de mesa. A peça foi colocada nas mesas dos funcionários com identificação das nacionalidades e um *design* adaptado à marca. Esta peça tem sensivelmente 80mm de largura e 300mm de altura, produzida totalmente em PVC, vinil impresso e com uma base mais pesada em MDF lacado como é possível ver na Figura 38.



Figura 38 - Peça de centro de mesa, para identificação de nacionalidades

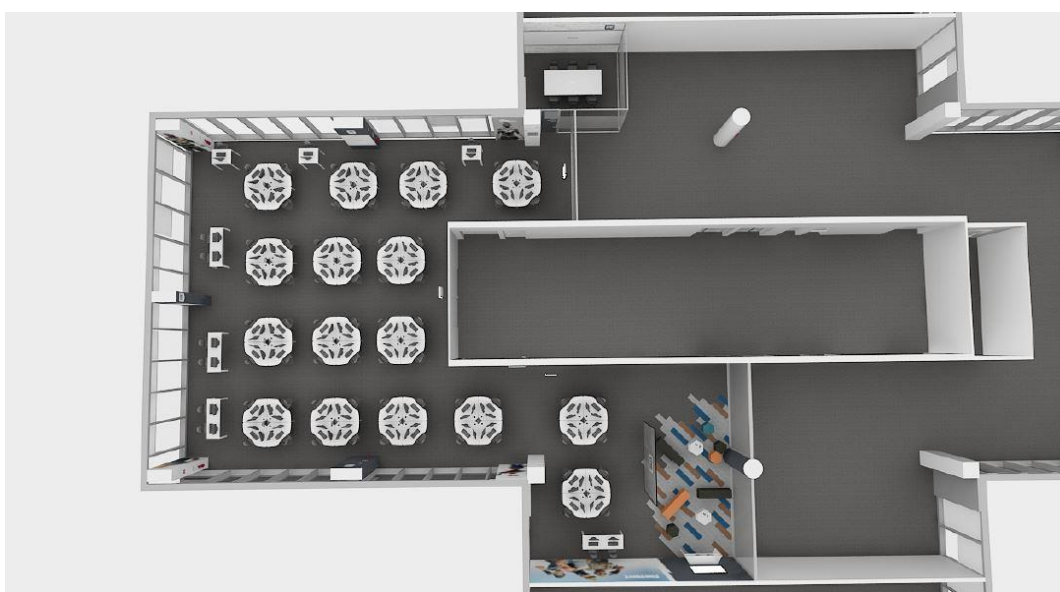


Figura 39 - Vista aérea do espaço

Chegando à fase final do projeto, com imagens processadas em 3D do espaço em alta resolução, incluindo também perspectivas aéreas (Figura 39) para facilitar a vista de todos o espaço, é preparada uma apresentação ao cliente com todos as imagens em 3D, planificações individuais de cada parede em 2D, incluindo também os materiais e equipamentos necessários para produzir.

5.4 Mudança de espaço do centro de operações da *Microsoft*

5.4.1 Enquadramento e objetivos do projeto

Este projeto está também inserido na decoração de interiores, foi desenvolvido para um dos principais clientes da empresa onde se encontra o centro de operações da *Microsoft* em Lisboa. O espaço onde se encontrava este centro de operações tinha sido feito pela Fauna Lab, mas esta operação teve um crescimento acentuado e houve necessidade para expansão.

5.4.2 Desenvolvimento do projeto

Este projeto começou com um *briefing* do cliente, com a necessidade de mudar o espaço de trabalho devido à expansão da equipa, e após ser escolhido o espaço foi feito um levantamento fotográfico e de medidas e também o envio por parte do cliente da planta 2D do espaço, o número de pessoas que teria e o *budget*. Após o levantamento de informação do espaço (medidas, fotografias) é feito pelo *designer* industrial a modelação do espaço no *software 3DS Max*, enquanto o *designer* gráfico faz pesquisa na proposta apresentada anteriormente, analisa as normas da marca para adaptar a proposta a este espaço e reúne todos os materiais necessários. É utilizado o *software Adobe Illustrator* para planificar todas as paredes, texturas e cores, posteriormente exportado em um ficheiro num formato PNG e em alta resolução, com cores RGB para o software utilizado pelos designers indústrias, conforme podemos ver na Figura 40.

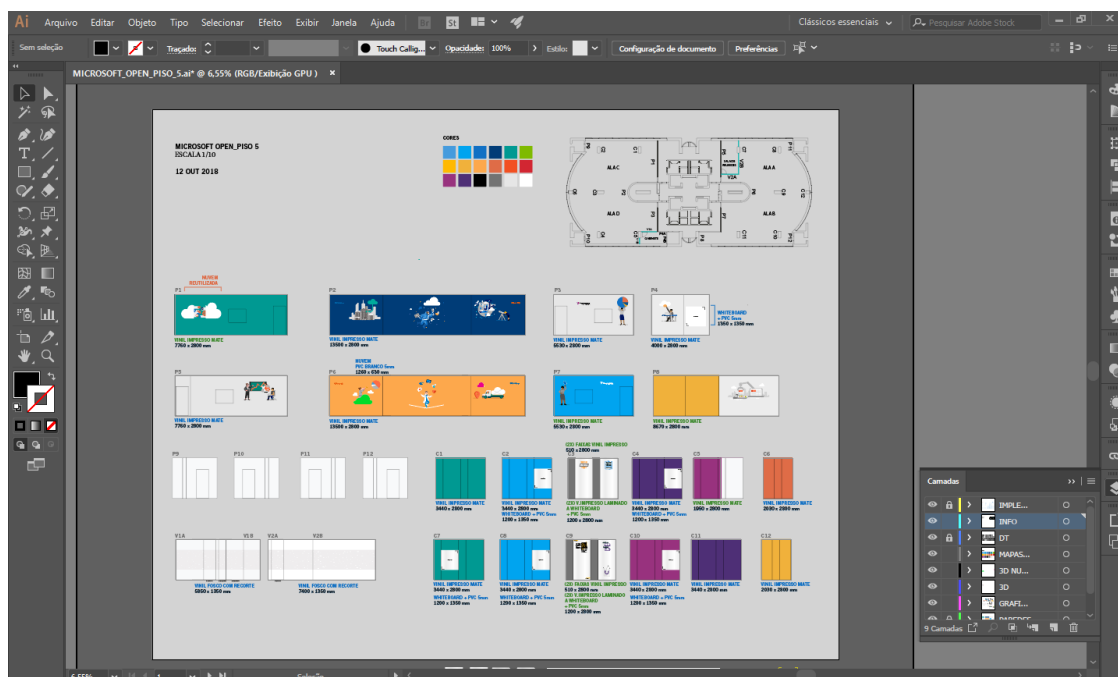


Figura 40 - Planificação de mapas e texturas de um dos pisos no software Adobe Illustrator

Depois de concluída toda a planificação e ideia do que vai ser aplicado no espaço, o *designer industrial* aplica estes mapas no *software 3DS Max*, para ver o resultado e ajustar conforme as limitações que o espaço apresenta, tais como sinais de emergência, portas, armários embutidos na parede, etc.

Este projeto ocupou vários pisos num edifício, tendo assim mais planificações como a da Figura 40, nas seguintes imagens serão mostrados exemplos de *renders* de todo espaço com as planificações dos mapas e texturas já aplicadas (Figuras 41 e 42).



Figura 41 - Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.



Figura 42 - Imagem 3D do espaço com aplicação dos mapas e texturas.

Para estar presente ao longo do espaço em diferentes zonas, foram criadas áreas de expressão, com diferentes perguntas colocadas em paredes preparadas para escrita, feita em *whiteboard*, servindo assim para promover as expressões individuais, reflexão, motivação e conexão entre os funcionários. Podemos ver na Figura 43 um exemplo de uma área de expressão.



Figura 43 – Zona de lounge, com uma área de expressão.



Figura 44 – Vista aérea de um dos pisos do projeto

Quando chegado a esta fase, com os *renders* do espaço em alta resolução, é preparada uma apresentação ao cliente com todas as imagens em 3D, planificações individuais de cada parede em 2D, incluindo também os materiais e equipamentos necessários para produzir.

6. Conclusão

O presente documento de carácter descritivo e justificativo descreve o desenvolvimento e aplicação da metodologia da empresa nos projeto de *design*. Explica como perceber e dar resposta ao processo de estruturação de todo um projeto de *design* industrial e de comunicação, bem como a capacidade de adaptar, controlar e gerir problemas que surgissem no decorrer dos projetos foi um aspeto muito importante no decorrer do estágio.

Foram cumpridos todos os objetivos iniciais do estágio. O estudo dos métodos e ferramentas de trabalho adotadas pela Fauna Lab permitiram o desenvolvimento e criação de conceitos de comunicação e universos gráficos. Estes, foram aplicados a grande parte dos projetos, nos quais se destaca o Centro de Operações da *Microsoft*, o Centro de Operações da *Netflix* e o *New Business* da *Epic Games*, que pela sua complexidade, dimensão e responsabilidade de criar algo inovador para marcas internacionalmente conhecidas, se tornou marcante e vai acrescentar muito valor no portefólio.

Em termos pessoais, todas as expectativas foram ultrapassadas. O trabalho em equipa de *designers* num ambiente profissional, a necessidade de raciocínio de forma a resolver algumas tarefas propostas, contribuíam de forma progressiva para o desenvolvimento na capacidade de organização e de resposta.

Por fim, de forma a continuar a evoluir no mundo do *design*, é fundamental acompanhar as tendências, procurar melhorar a cultura visual, o estudo e experimentação de novas metodologias e técnicas de trabalho bem como a consolidação dos já adquiridos, desafiando diariamente a criatividade e pondo a prova todas as capacidades.

7. Referências bibliográficas

BOMFIM, G., et al., (1977). *Fundamentos de uma metodologia para desenvolvimento de produtos*. Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia/Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 105pp

BONSIEPE, G., et al., (1984). *Metodologia experimental: desenho industrial*. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Brasília. 86pp.

CARLETON, V. (1988). *The Draper Touch: The High Life & High Style of Dorothy Draper*. 1: 127, Prentice Hall. Nova Jersey.

CASSIDY, R. (2010, 1 de Junho). *Easy Outdoor Style*. *Elle Decor*, p. 175.

LIGHTS ON. (2016). Escritórios Deloitte, Lisboa

Disponível em <https://lightson.pt/projectos/escritorios-deloitte-lisboa/>

MEDEIROS, M. (2011). *Feliz por nada*. 46: 109, L&PM Editores. Porto Alegre.

PEREIRA, J. (2017, Março 30). *Escritórios feitos por medida*. Exame

Disponível em <http://visao.sapo.pt/exame/2017-03-30-Escritorios-feitos-por-medida>

7.1 Netgrafia

Sites consultados para consulta de informação durante o estágio e para complementar o relatório:

<http://visao.sapo.pt/exame/2017-03-30-Escritorios-feitos-por-medida>

<http://lightson.pt/projectos/escritorios-deloitte-lisboa/>

<https://blip.pt/>

<https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2015/12/03/how-the-physical-workspace-impacts-the-employee-experience/#4d38f97e779e>

<https://hbr.org/2016/05/7-factors-of-great-office-design>

<https://gms-berlin.de/projekte/epic-games-germany/>

<https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html>

<https://issuu.com/natashadavcheva/docs/elle.decor.june.2010>

<https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&id=MJ8jAAAAMAAJ&dq=i+always+put+in+one+controversial+item&focus=searchwithinvolume&q=controversial+item>

https://biblioteca.unilasalle.edu.br/docs_online/livros/metodologia_experimental.pdf