



IPG

Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Pedro da Fonseca Duarte

dezembro | 2018





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

PEDRO DA FONSECA DUARTE

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO / 2018

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Nome: Pedro da Fonseca Duarte

Número: 5008660

Instituição de Ensino: Instituto Politécnico da Guarda

Unidade orgânica: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Curso: Comunicação Multimédia

Orientadora: Maria de Fátima Bartolomeu da Cruz Gonçalves

Entidade: Atelier Maurício Vieira

Morada: Rua António Sérgio, N° 49, 2º Direito, 6300-665 Guarda, Portugal

Contacto: +351 271 213 201

Website: www.mauriciovieira.com

E-mail: info@mauriciovieira.com

Supervisor no estágio: Maurício Vieira

Grau académico: Licenciatura em *Design* de Comunicação, Escola Superior de Belas Artes do Porto

Duração do estágio curricular: três meses

Data de início: 23 de julho de 2018

Data de término: 26 de outubro de 2018

AGRADECIMENTOS

Numa primeira instância, deve-se agradecer aos professores do Instituto Politécnico da Guarda, pelos conhecimentos transmitidos, sejam eles de carácter teórico, práticos ou mesmo através das suas experiências pessoais e profissionais. Um agradecimento especial para a professora Fátima Gonçalves, que, para além de aceitar prontamente o convite para ser a orientadora de estágio, teve um papel extremamente importante na formação do estagiário, tal como pelo seu apoio e direção concedido no relatório de estágio. Agradeço também ao professor Carlos Brigas, não só pelos conhecimentos transmitidos, mas também por toda a ajuda, disponibilidade e conselhos oferecidos ao longo dos três anos na licenciatura em Comunicação Multimédia.

Em segundo, é necessário agradecer ao professor Maurício Vieira, que aceitou prontamente a proposta por parte do estagiário de fazer parte da equipa do Atelier Maurício Vieira e, pela sua disponibilidade na orientação do estagiário, tal como os seus ensinamentos e experiências partilhadas. Não menos importante, agradece-se também a todos os membros da equipa do AMV que estiveram, desde o primeiro minuto, prontos a receber, a integrar o estagiário no seio da sua equipa, a oferecer ajuda e a propor novos desafios que se provariam enriquecedores naquilo que fora uma primeira experiência num contexto profissional, dentro da área.

Para rematar, agradece-se à família e amigos do estagiário, por toda a ajuda, apoio e sacrifício que permite apresentar este relatório como término de uma jornada. Desde o início, foram uma fonte de motivação para perseguir os objetivos e consequentemente alcançá-los.

RESUMO

No âmbito da unidade curricular Projeto/Estágio, pertencente à licenciatura no curso de Comunicação Multimédia do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), este relatório pretende apresentar o trabalho desenvolvido durante o período de estágio relacionando esse mesmo trabalho com o conteúdo teórico aprendido ao longo da licenciatura em Comunicação Multimédia. Num primeiro capítulo pretende-se fazer uma breve contextualização sobre a entidade de acolhimento, Atelier Maurício Vieira (na Guarda), o seu trabalho e os serviços que presta aos seus clientes. O segundo capítulo é focado nas atividades e tarefas propostas pela equipa, tal como autopropostas pelo estagiário. Estas atividades incluem *design* gráfico, edição de fotografia, *design* de embalagem, *design* de sinalética e *design* para viaturas. O objetivo principal do estagiário foi integrar a equipa criativa e aplicar as capacidades desenvolvidas na área dos audiovisuais e produção dos media perante os desafios propostos. O estágio curricular efetuou-se ao longo de três meses, de 23 de julho de 2018 a 26 de outubro de 2018.

Palavras-chave: *Design* Gráfico, Comunicação, Multimédia, Tratamento de Imagem

ÍNDICE GERAL

Ficha de Identificação.....	I
Agradecimentos	II
Resumo	III
Índice de Figuras	VI
Lista de Acrónimos e Siglas	IX
Glossário de Termos Técnicos	X
INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I – ATELIER MAURÍCIO VIEIRA	13
1. A Empresa	14
2. Organização Interna.....	16
3. Identidade Visual	17
3.1. Marca	18
3.2. Símbolo.....	19
3.3. Logotipo.....	20
CAPÍTULO II - ESTÁGIO CURRICULAR	21
1. Objetivos.....	22
2. Metodologias de Trabalho	23
3. Projetos Desenvolvidos	24
3.1. Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE)	25
3.2. Brincar com a Dislexia - Disbedo.....	31
3.3. Clássicos Cidadelhe 2018 – Egipneus / Cidadelhe Rupestre.....	35
3.4. Eva Nails.....	39
3.5. Freeshop - Móveis	44
3.6. GestDados.....	46
3.7. Projeto Guarda Sem Desperdício 2018 – Junta de Freguesia da Guarda	49
3.8. Marlene Marques – Estética e Implantologia Dentária	51

3.9.	Azeites Monte Côa	53
3.10.	Cortinas Gigante	55
3.11.	COFICAB	58
3.12.	Imovel dos Martinhos – Condomínio Privado.....	59
3.13.	Guarda Energia	61
3.14.	Voud Fashion.....	62
3.15.	Spip – Groupe Lophitz.....	64
3.16.	As Voltas do Pinto Infante.....	66
4.	Outras tarefas	68
4.1.	Aprendizagem do Adobe Illustrator	69
4.2.	<i>Website</i> do Atelier Maurício Vieira.....	70
4.3.	Aplicações de vinil	71
4.4.	Folha de Tarefas e Folha de Cliente	74
4.5.	Plano de atualizações informáticas	75
REFLEXÃO FINAL		76
BIBLIOGRAFIA		78

Anexos

Apêndices

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Fotografias do espaço do AMV	14
Figura 2 - Organização Interna do AMV	16
Figura 3 - Identidade Visual do Atelier Maurício Vieira	17
Figura 4 - Símbolo da Identidade Visual do AMV	19
Figura 5 - Logotipo da Identidade Visual do AMV	20
Figura 6 - Identidade Visual Atual da ANAFRE	25
Figura 7 - Construção de Marca da ANAFRE	26
Figura 8 - Logotipo criado para ANAFRE.....	26
Figura 9 - Identidade Visual criada para a ANAFRE.....	27
Figura 10 - Estacionário criado para a ANAFRE.....	28
Figura 11 - Cabeçalho da Newsletter criado para a ANAFRE.....	29
Figura 12 – Cabeçalho do website criado para a ANAFRE.....	29
Figura 13 - Páginas da revista criada para a ANAFRE	30
Figura 14 - Identidades Visuais da Disbedo e Brincar com a Dislexia	31
Figura 15 - Planificação da embalagem e maquete para Brincar com a Dislexia	32
Figura 16 - Planificação e maquete do tabuleiro para Brincar com a Dislexia	33
Figura 17 - Planificação e maquete dos cartões de perguntas para Brincar com a Dislexia	34
Figura 18 - Planificação das instruções para Brincar com a Dislexia	34
Figura 19 - Identidades Visuais da Egipneus e Cidadelhe Rupestre	35
Figura 20 - Desenhos criados para Clássicos Cidadelhe	36
Figura 21 - Combinação da tipografia, desenho e grafismos para Clássicos Cidadelhe	36
Figura 22 - T-shirts criadas para Clássicos Cidadelhe	37
Figura 23 - Credenciais criadas para Clássicos Cidadelhe.....	37
Figura 24 - Imagem de publicação em redes sociais para Clássicos Cidadelhe.....	38
Figura 25 - Identidade Visual para Eva Nails	39
Figura 26 - Imagem por trabalhar e fotografia da parede a que se destinava para Eva Nails	40
Figura 27 - Imagem trabalhada e maquete criada para Eva Nails.....	40
Figura 28 - Fotografias do espaço da Eva Nails.....	41
Figura 29 - Maquetes criadas a partir das fotografias do espaço da Eva Nails	41
Figura 30 - Fotografias da fachada da Eva Nails	42

Figura 31 - Maquetes criadas a partir das fotografias da fachada da Eva Nails.....	42
Figura 32 - Fotografias da aplicação de vinil no espaço da Eva Nails.....	43
Figura 33 - Maquete de design de carrinha para Freeshop.....	45
Figura 34 - Identidade Visual antiga da GestDados.....	46
Figura 35 - Símbolo criado para GestDados	46
Figura 36 - Logotipo criado para GestDados	47
Figura 37 - Testes de cor / possíveis variações de identidade visual para GestDados	47
Figura 38 - Segunda proposta de identidade visual para GestDados	47
Figura 39 - Maquetes de garrafa criado para GestDados (ambas as propostas com os rótulos criados).....	48
Figura 40 - Desenho base digitalizado e versão final vetorizado e colorido para Projeto Sem Desperdícios	50
Figura 41 - Identidade Visual de Marlene Marques	51
Figura 42 - Cartoons criados para Marlene Marques	52
Figura 43 - Variações das duas propostas criadas para Marlene Marques	52
Figura 44 - Identidade Visual da Monte Côa	53
Figura 45 - Garrafa usada para a criação da maquete para Monte Côa.....	53
Figura 46 - Maquetes de garrafas criadas para Monte Côa (ambas as propostas)	54
Figura 47 - Identidade Visual das Cortinas Gigante	55
Figura 48 - Variações de propostas de design de carrinha para Cortinas Gigante	56
Figura 49 - Maquete de design de carrinha criada para Cortinas Gigante	56
Figura 50 - Fotografias do estagiário a aplicar vinil em carrinha para Cortinas Gigante ..	57
Figura 51 - Folha de informações antiga do Imovel dos Martinhos.....	59
Figura 52 - Folhas de informação criadas para Imovel dos Martinhos (ambas as propostas)	60
Figura 53 - Criação de hipóteses de identidade visual para Guarda Energia	61
Figura 54 - Identidade Visual da Voud Fashion.....	62
Figura 55 - Design de Sacos criado para a Voud Fashion.....	63
Figura 56 - Identidade Visual original (esquerda) e versão criada para a SPIP	64
Figura 57 - Maquete da fachada com nova identidade visual para SPIP	64
Figura 58 - Capa e contracapa e páginas 3 e 4 do folheto criado para SPIP	65
Figura 59 - Matrícula criada para As Voltas do Pinto Infante	66
Figura 60 - Screenshot do website do AMV	70
Figura 61 - Aplicação de vinil no escritório de JVO Advogado	71

Figura 62 - Vinil aplicado na clínica Refima	72
Figura 63 - Aplicação de vinil texturado em parede da Taverna da Matilde	73

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS

3D	Três Dimensões
ai	<i>Adobe Illustrator File</i>
AMV	Atelier Maurício Vieira
Cl	Centilitros
CMYK	<i>Cyan, Magenta, Yellow, Black</i>
DOC	<i>Word Document File</i>
HDD	<i>Hard Disk Drive</i>
mm	Milímetros
PDF	<i>Portable Document Format</i>
PDF/X1a	<i>Portable Document Format (Compressed for Print)</i>
pt	Pontos
RGB	<i>Red, Green, Blue</i>
SSD	<i>Solid State Drive</i>

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

Adobe Illustrator - *software* para gráficos vetoriais que permite criar logotipos, ícones, desenhos, tipografia e ilustrações para impressão, *Web*, vídeo e dispositivos móveis.

Adobe Photoshop - *software* de imagens, design gráfico, fotos, ilustrações e ilustrações 3D para dispositivos móveis.

Briefing - reunião de informação tática antes de uma tarefa ou missão. Conjunto das informações transmitidas nessa reunião. Fonte: <https://dicionario.priberam.org/>

CMYK - abreviatura do sistema de cores, usado para impressão subtrativas formado por Ciano (*Cyan*), Magenta (*Magenta*), Amarelo (*Yellow*) e Preto (*Black (Key)*).

CorelDraw - *software* de desenho vetorial, ilustração, arte, tipografia, entre outros, para *design* gráfico.

Newsletter - boletim informativo, geralmente em formato eletrónico, de distribuição regular para os seus assinantes.

Pantone – sistema comunicativo de cores, criado em 1963, com mais de 1300 cores. Tem como objetivo a escolha de cores para impressão de forma a haver melhor perceção e precisão.

PDF - formato de arquivo usado para exibir e compartilhar documentos com segurança, independentemente do *software*, do *hardware* ou do sistema operativo. Inventado pela Adobe, o PDF agora é um padrão aberto mantido pela *International Organization for Standardization* (ISO).

RGB - abreviatura de um sistema de cores aditivas, criado para visualização em ecrãs, em que o Vermelho (*Red*), o Verde (*Green*) e o Azul (*Blue*) são combinados de várias formas de modo a reproduzir um largo espectro cromático.

Screenshot - captura de ecrã, consiste na produção de uma imagem que reproduz a tela/ecrã de um computador num dado instante.

Website – página ou conjunto de páginas da *Internet* com informação diversa, acessível através de computador ou de outro meio eletrónico.

Windows - família de sistemas operativos desenvolvidos, comercializados e vendidos pela Microsoft.

INTRODUÇÃO

De forma a rematar o percurso realizado, e de forma a obter o grau de licenciado, em Comunicação Multimédia, pela Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD), é considerada de grande importância a experiência adquirida através de um estágio curricular tal como a sua respetiva apresentação através do presente relatório de estágio. O seu principal objetivo é descrever todas as tarefas/projetos realizadas(os) durante o período de estágio efetuado na empresa Atelier Maurício Vieira (AMV).

O estagiário apoiou-se em documentos especializados na área do audiovisual e produção dos media, de forma a contextualizar e justificar o processo de criação e as escolhas tomadas ao longo das múltiplas atividades.

Apesar de não fazer parte do plano de trabalho, foi feita a aprendizagem aprofundada na ferramenta de desenho vetorial Adobe Illustrator com o objetivo de unificar métodos de trabalho para com o atelier. Esta transição é do mesmo modo uma boa prática em termos de adaptação ao mercado. De forma a captar este tipo de conhecimentos com alguma rapidez, houve a necessidade da consulta de tutorais *online* e de investigação em documentos dedicados à área do audiovisual e produção dos media. Não menos importante, a dinâmica de equipa criada desde muito cedo provar-se-ia essencial de modo a conseguir corresponder às expectativas dos projetos e atividades propostas.

Numa primeira fase, foram propostas no Plano de Trabalho (Anexo I) algumas tarefas semelhantes às realizadas em unidades curriculares ao longo do curso, como *design* de comunicação e *design* de embalagem. Por outro lado, houve outro tipo de atividades que propunham desafiar e trazer novos conhecimentos, como a aplicação de produtos gráficos em espaços comerciais/privados e viaturas. Em suma, e de forma a que seja uma experiência benéfica e enriquecedora para ambas as partes (estagiário e empresa), ficou definido no plano a necessidade de trabalhar em projetos que se inseriam no curso de Comunicação Multimédia e, ao mesmo tempo, apoiar a equipa do atelier nas suas diversas vertentes: *design* de ambiente, comunicação, produto, sinalética e outros.

Durante o estágio foi possível aplicar grande parte dos conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de licenciatura. No entanto, foi tão ou mais importante estudar novas ferramentas e áreas por explorar como profissional, procurando soluções inteligentes e criativas.

O relatório está dividido em dois capítulos: no primeiro é feita uma apresentação da empresa, a sua história, os serviços que presta aos seus clientes, a sua organização interna e uma explicação das funções e da importância de cada elemento; o segundo capítulo descreve e aprofunda todos os projetos desenvolvidos, as tarefas propostas pela equipa, iniciativas próprias, novas aprendizagens, tal como todas as dificuldades encontradas e superadas.

Por fim, é apresentada uma reflexão final onde é relatada a importância do estágio curricular, da Licenciatura em Comunicação Multimédia e da empresa de acolhimento na aquisição de experiência profissional, num primeiro contacto com o mundo empresarial, na área dos audiovisuais e produção dos media.

CAPÍTULO I
ATELIER MAURÍCIO VIEIRA



1. A Empresa

Em janeiro do ano 2000, foi criado o Atelier Maurício Vieira (AMV), na cidade da Guarda, inicialmente muito ligado ao *design* de comunicação e gráfico. Um dos fatores que o ajudou a crescer foi o facto de ter feito parte da comunicação visual do jornal «O Interior». Este, foi o primeiro projeto de referência do atelier tendo colaborado na estruturação e paginação do jornal, sendo um dos fatores dessa eleição a inovação do projeto gráfico, fazendo assim parte integrante do jornal até hoje, e mesmo parte do seu concelho editorial.

Segundo o seu *website*, nos dias de hoje a empresa atua no setor do *design* de Ambientes, Equipamento, Comunicação, Produto, Sinalética e *Webdesign*. Consciente da importância que o *design* tem na intervenção da qualidade de vida da sociedade, as suas intervenções visam encontrar soluções estéticas, técnicas, funcionais e emocionais nas várias vertentes que o *design* proporciona, procurando conceitos criativos e sustentáveis que melhorem significativamente a promoção e divulgação da instituição, dos seus produtos, espaços e equipamentos realizados.

Esta empresa mudou também de espaço recentemente (Figura 1), procurando ter outro tipo de exposição ao público, transparecendo também uma imagem mais profissional e com um *design* que represente de forma clara o tipo de trabalho que é capaz de fornecer aos seus clientes.



Figura 1 - Fotografias do espaço do AMV

Fonte: Autor

O *designer* Maurício Vieira, fundador do *atelier*, passou por algumas empresas conceituadas, das quais se destacam, a OLIVA (Indústrias Metalúrgicas), a FORM (Leon – França) e participou ainda numa publicação da conhecida revista alemã “novum”. Atualmente cumpre as funções de diretor criativo e gerente do AMV e é especialista em *design* lecionando no Curso de *Design* de Equipamento, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG), no Instituto Politécnico da Guarda (IPG). As unidades curriculares que leciona são: *Sketchinge e Rendering Manual*, *Design* de Ambientes (I e II) e Infografia.

2. Organização Interna

A equipa de trabalho do AMV é composta por três elementos fundamentais, normalmente acompanhados por um ou dois estagiários (neste caso, o estagiário em questão e outro dedicado ao *design* de produto/interiores) (Figura 2).



Figura 2 - Organização Interna do AMV

Fonte: Autor

O *designer* Maurício Vieira é o diretor criativo e administrador do atelier, tomando todas as decisões máximas, delegando, acompanhando e supervisionando os trabalhos desenvolvidos, nas diversas fases, pela equipa.

O *engenheiro* João Carvalho, elabora os projetos de interiores (plantas, cortes, equipamentos, desenhos técnicos). É responsável assim pelo departamento de engenharia, tal como da parte financeira do *atelier*.

O *designer* gráfico Tiago Isidro desenvolve trabalhos gráficos, desde cartazes, identidades visuais, *outdoors*, entre outros. É responsável pela preparação de trabalho de exteriores (impressão, corte, artes finais, etc.) e pela aplicação dos mesmos, relacionados com o seguimento dos projetos desenvolvidos internamente na empresa. Trabalha ao nível das aplicações nos seguintes suportes: sinalética, vinil autocolante, vinil de viatura, papel de parede, entre outros.

Todos eles estão também encarregues do contacto com o cliente, desde a fase de *briefing*, orçamento, execução criativa e de apresentação do produto final ao cliente.

3. Identidade Visual

Qualquer imagem captada causa mais emoção num sujeito do que qualquer outro sentido humano. Assim, qualquer elemento gráfico está, de forma inata, associado à comunicação, independentemente da sua intencionalidade. Todos os elementos gráficos fazem referência à comunicação visual, seja ela propositada ou não, automaticamente. São as imagens captadas pelo sentido da visão que estimulam mais alterações emocionais entre um indivíduo. Qualquer elemento visual faz parte de uma comunicação visual, podendo esta ser percebida de maneiras diferentes dependendo de quem a recebe (Munari, 2013). Assim, este ponto fala da identidade visual do Atelier Maurício Vieira (Figura 3).



Figura 3 - Identidade Visual do Atelier Maurício Vieira

Fonte: Arquivo do AMV

O reconhecimento de uma marca, tal como a consequente fidelização de clientes à mesma, está ligado ao reconhecimento da sua identidade (Lindon *et al.*, 2004). As pessoas baseiam as suas decisões, maioritariamente, por primeiras impressões, e gostando de uma marca ficam fiéis, têm interesse na mesma, confiança. Por conseguinte, a mensagem que uma marca passa para o seu público determina inevitavelmente o seu sucesso. A personalidade da empresa deve ser refletida e aplicada à sua composição visual (Costa, 2011). De forma a que uma empresa se possa diferenciar e tomar uma posição de destaque para com a sua concorrência, deverá ter uma marca forte (Wheeler, 2009). Uma boa identidade visual é essencial para haver o reconhecimento de uma marca. Uma identidade corporativa gráfica é formada pelos seguintes elementos: marca (nome comercial), logotipo (nome com atributos tipográficos – tipo de letra, tamanho, cor) e símbolo (elemento gráfico, representante da identidade) (González, 2010).

3.1. Marca

Os elementos gráficos carregam uma grande importância numa identidade visual, porém a marca, ou seja, o seu nome, é igual ou mais importante até. As normas de estruturação de uma marca identificam e diferenciam os produtos ou serviços de uma empresa no mercado (Sampaio, 2002). Um nome deve ser fácil de memorizar, criativo, consistente e minimalista, sendo necessário que este tenha um significado que faça sentido tendo em conta àquilo a que se destina, seja uma empresa, produto ou serviço (González, 2010). Assim, o nome dado tem uma enorme importância na identidade visual.

Numa fase inicial o *atelier* chamava-se M Comunicação, sendo o M referente a Maurício, e Comunicação porque era a área de foco da empresa. Porém numa fase mais avançada, fase em que o atelier começou a ganhar nome no mercado, tal como o facto de expandir o tipo de serviços que providenciava aos seus clientes, o nome foi alterado para Atelier Maurício Vieira. Esta alteração confere uma mensagem de um espaço artístico e criativo, complementado pelo nome do seu fundador cujo nome é reconhecido no mercado.

3.2. Símbolo

No momento em que uma pessoa olha para uma marca, a primeira tendência é de reparar nos elementos gráficos da mesma. O sucesso de um símbolo depende muito dos seus aspetos comunicativos, estéticos e artísticos (González, 2010).

O símbolo criado para a marca do Atelier Maurício Vieira (Figura 4), é de fácil compreensão, sendo este uma combinação das letras M e V. Isto é alcançado através de dois cortes no M de forma a fazer um V no centro. Por fim, é colocado um círculo à volta das letras, de forma a delimitar o símbolo.

A cor transmite, sentimentos, significados, criando uma relação entre a marca e o seu cliente (Gordon e Gordon, 2005). É um elemento de extrema importância, chegando ao pensamento cognitivo do observador, transmitindo por si só uma mensagem visual.

Assim, o símbolo do AMV é complementado pela cor dourada, simbolizando nobreza, raridade, luxo, felicidade, sofisticação e nobreza (Perez *et al.*, 2006).



Figura 4 - Símbolo da Identidade Visual do AMV

Fonte: Arquivo do AMV

3.3. Logotipo

Um logotipo é usado como emblema de identificação e distinção de uma marca (Egan, 2007). Este deve demonstrar os valores de uma marca, fazendo-o através do uso da mesma de uma forma original e criativa. Um logotipo deve ser memorável, sendo esta uma das suas funções principais numa identidade corporativa (Lampreia, 1998).

The image shows the logo for 'ATELIER MAURÍCIO VIEIRA'. The text is in a large, uppercase, sans-serif font. The word 'ATELIER' is in a lighter weight, while 'MAURÍCIO VIEIRA' is in a bolder weight. The color is a muted gold or brown. The spacing between the words is wide.

Figura 5 - Logotipo da Identidade Visual do AMV

Fonte: Arquivo do AMV

O logotipo do AMV (Figura 5), tal como o seu símbolo, apresenta um *design* simples e minimalista. É usado o mesmo tipo de letra ao longo do mesmo, sendo Maurício Vieira na variação a negrito para se poder verificar a uma separação. O acento do “i” em Maurício e usado sobre o próprio i” em espaço negativo, de uma forma inteligente e original. A cor usada é também o mesmo dourado de forma a haver associação ao símbolo e a manter a coerência com o mesmo.

CAPÍTULO II

ESTÁGIO CURRICULAR



O estágio é um culminar dos três anos da licenciatura acompanhados pelos conhecimentos autodidatas adquiridos. Assim, o segundo capítulo explora os objetivos definidos pelo estagiário e pela empresa em que estagia, os cronogramas dos três meses e, acima de tudo, debruça-se nas atividades/projetos desenvolvidos. Os conteúdos descritos neste capítulo foram criados através de ferramentas de desenho vetorial e de edição de imagem.

1. Objetivos

O estágio curricular é de carácter vital no que toca ao desenvolvimento do estagiário enquanto futuro profissional, permitindo complementar as aprendizagens de contexto escolar. Perante a possibilidade de aplicar conhecimentos num contexto profissional, ajuda o estagiário em desafios futuros no mundo empresarial. A capacidade de adaptação, de fazer parte de uma equipa, as responsabilidades, entre outros, são essenciais para o sucesso durante um período de estágio (Zabalza, 2015).

Numa primeira fase, o estagiário e o supervisor da empresa procedem à confeção do plano de estágio (Anexo I), definindo tarefas, sendo estas:

- apoio no desenvolvimento de trabalhos de comunicação gráfica;
- aplicação dos conhecimentos gráficos à produção de produtos de divulgação do Atelier;
- produção de produtos de comunicação para empresas e aplicação dos mesmos em espaços físicos a que destinam;
- apoio à equipa nas suas diferentes vertentes: *design* de ambientes, comunicação, produto, sinalética e outros.

O plano traçado teve em conta as capacidades do estagiário em distintas áreas, aproveitando os seus pontos fortes. Posto isto, a maioria dos projetos centraram-se na área do *design* de comunicação e gráfico. A empresa teve o cuidado de corresponder aos desejos criativos e práticos do estagiário, não se focando apenas no trabalho que necessita de produzir, de forma a que os três meses fossem vantajosos para ambas as partes.

Assim sendo, de acordo com os objetivos acima definidos foi realizado um conjunto de atividades a descrever no ponto três deste capítulo.

2. Metodologias de Trabalho

Tudo o que nos rodeia pode ser visto como comunicação, de uma nuvem, uma flor, um desenho técnico, um sapato, um cartaz, tudo o que nos envolve tem um valor diferente tendo em conta o contexto em que estão inseridas, providenciando informações diferentes (Munari, 2013). O mesmo autor afirma que as mensagens que recebemos podem ser comunicação casual, podendo ter várias interpretações, ou intencional, onde o emissor procura comunicar de forma clara para o recetor entender o seu significado.

O *design* de comunicação traduz, de uma forma visual, aquilo que uma entidade produz, diz, os seus valores, a sua missão. Contribui para o processo construtivo da imagem que uma entidade passa para o público. Como é referido por Ambrose e Harris (2010), o *design* deve ser realizado em sete fases. Na primeira fase deve-se definir o problema, ou seja, definir o que se procura resolver, o público-alvo, resultado do *briefing* e os objetivos a alcançar. A segunda fase passa pela pesquisa, onde o *designer* procura projetos semelhantes e analisa o público. Na terceira fase começa a produção, onde o *designer* começa a criação, *brainstorming*, com base na informação que recolheu. A quarta é a fase de testes, onde o *designer* verifica a viabilidade de cores, tamanhos, tipos de letra, legibilidade, contraste, tal como outros aspetos visuais que possam ser uma mais valia para o seu *design* ou que possam no espetro oposto ser consideradas como ruído. A quinta fase fala da escolha de proposta, ou seja, a escolha da proposta criada que melhor funciona tendo em conta os objetivos do cliente. A sexta, implementação, procura-se a produção final, as artes finais, a preparação do trabalho para este poder ser impresso. Por fim, na sétima fase, vem a aprendizagem, onde o *designer* procura ter *feedback* da parte do cliente, tal como do seu consumidor, de forma a evoluir e melhorar o seu trabalho.

A metodologia de Ambrose e Harris (2010), é a metodologia usada para a criação dos projetos que se seguem no ponto 3, tal como para a apresentação dos mesmos. A sétima fase não esteve tão presente na criação pelo facto de não haver muitas vezes contacto direto com o cliente. No entanto, este *feedback*, quando não houve contacto com o cliente, acabou por surgir da parte da equipa, onde o estagiário evoluiu bastante.

3. Projetos Desenvolvidos

O período de estágio é visto como uma oportunidade para o estudante experienciar um tipo de formação distinta através de um ambiente profissional. Juntamente com os conhecimentos teóricos adquiridos, intervém diretamente de uma forma essencial no processo de construção de um perfil mais profissional, adquirindo valores e aprendizagens como o cumprimento das regras institucionais, o trabalho de equipa, experiência num contexto hierárquico e noção orçamental. Por conseguinte, foram adquiridas novas noções rítmicas dentro dos processos empresariais. O estagiário teve de superar vários desafios em tipos de multimédia distintos, recorrendo ao uso de conhecimentos em edição fotográfica, edição de imagem, *design* editorial e *design* gráfico.

No Anexo II pode-se verificar o cronograma dos projetos desenvolvidos em cada semana, durante o estágio. Este permitiu a realização de inúmeras atividades com objetivos e graus de dificuldade diferentes.

Os pontos seguintes apresentam as atividades e projetos desenvolvidos pelo estagiário, ao longo dos três meses em contexto de trabalho.

3.1. Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE)

Este projeto procura propor um *rebranding* de marca, juntamente com uma proposta de *newsletter*, *website* e revista para a Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE).

A Associação Nacional de Freguesias (ANAFRE) é uma entidade de direito privado, de utilidade pública. São associadas da ANAFRE as Freguesias Portuguesas que declararem aderir à Associação mediante deliberação do órgão executivo e aprovação pelo órgão deliberativo.

A ANAFRE tinha como objetivo modernizar a sua identidade visual. Sendo uma entidade governamental, o estagiário procurava manter um carácter de sobriedade, ao mesmo tempo que tentava trazer a marca para os dias de hoje. Analisando o público-alvo desta entidade verificava-se que este seria o melhor caminho a tomar, posto que este é um público governamental maioritariamente dos 30/35 anos para cima.

Assim surge a fase de pesquisa e análise do mercado e da atual identidade visual da ANAFRE (Figura 6). A atual identidade consiste num emblema (algo semelhante a um clube de futebol) tendo como conteúdo: brasões, tipografia dentro e fora do emblema, trigo e um castelo com um sino. Nos dias de hoje, tão focados no mercado móvel (tablets, smartphones, etc.), é importante pensar nesta mesma mobilidade e nas dimensões a que um símbolo pode chegar. De momento a identidade da ANAFRE não está preparada para dispositivos móveis, qualquer informação excessiva que contenha em tamanho de *app* apenas serve como ruído tendo pouca ou nenhuma legibilidade nestes dispositivos. Assim foi traçado o objetivo de simplificar. A ideia foi logo de tomar o caminho que foi usado no *rebranding* do IPG (desenhado pelo AMV), escolhendo um elemento da identidade antiga e redesenhá-lo de forma a simplificar (no caso do IPG foi usado a águia do símbolo antigo).



Figura 6 - Identidade Visual Atual da ANAFRE

Fonte: http://www.jf-avelasdecima.pt/wp-content/uploads/2018/04/Anafre_FB.png

Definindo o caminho a tomar segue-se a fase conceptual e de desenhos de símbolos (Figura 7). A primeira ideia foi de usar o castelo do símbolo atual de modo a modernizá-la e simplificá-la. Apesar do resultado ser satisfatório procurou-se tomar uma via ainda mais minimalista, usando a porta do castelo, apenas, como símbolo. Após vários desenhos entrou a ideia de com essa porta incluir uma forma de se identificar as letras das iniciais de “Associação Nacional de Freguesias” (ANF).

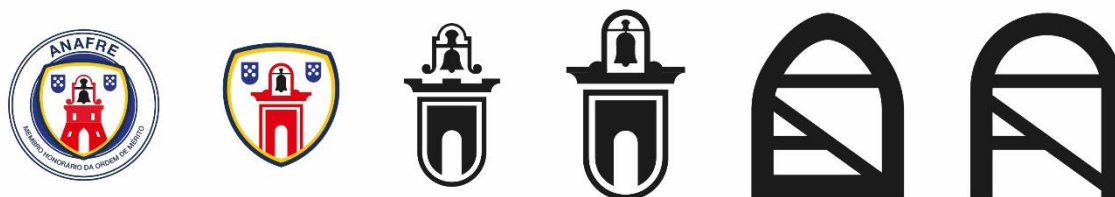


Figura 7 - Construção de Marca da ANAFRE

Fonte: Autor

Chegando ao símbolo a usar chegou a altura de definir tipografia. Nesta fase definiu-se que esta seria serifada de modo a dar um aspeto clássico, contrastando com o aspeto mais contemporâneo do símbolo, assim criando um equilíbrio sóbrio entre ambos. O tipo de letra escolhido foi “Trajan Pro” (Figura 8).



Figura 8 - Logotipo criado para ANAFRE

Fonte: Autor

O próximo passo seria o estudo de cores. Numa primeira fase pensou-se em usar cores institucionais semelhantes, no entanto riscou-se essa ideia. Posteriormente foi usado azul escuro e verde, de forma a transmitir confiança e estabilidade, respetivamente. Porém essa combinação não estava a resultar esteticamente. Seguindo a linguagem que se tem usado em entidade governamentais (ex.: símbolo atual da Guarda), tentou-se usar um feixe de luz a surgir de um canto do símbolo transformando-se num arco-íris em modo gradiente. Após vários testes chegou-se ao símbolo final (Figura 9), sendo este acompanhado pela tipografia

a azul escuro (RGB: 26, 50, 87) com versão horizontal (logotipo à direita do símbolo) e vertical (logotipo por baixo do símbolo).



Figura 9 - Identidade Visual criada para a ANAFRE

Fonte: Autor

Com a identidade visual terminada chegaria a altura de preparar a sua apresentação. Esta consistia na criação de estacionário básico (cartão de visita, envelope DL, folha timbrada e pasta de documentos), *newsletter*, *homepage* de *website* e revista (capa, página de destaque e página de miolo). Todo o texto tem o tipo de letra, ao longo de toda as propostas, “Montserrat”.

No estacionário (Figura 10), tal como no resto da proposta, foi tomada a mesma abordagem minimalista. A pasta teria uma capa apenas com símbolo ao centro, em versão para fundos escuros (logotipo fica branco e símbolo mantém-se igual), com o azul escuro do logotipo normal como fundo. Esta seria a mesma abordagem para a parte da frente do cartão de visita, enquanto a parte de trás tem o símbolo a um ângulo de 45° a 25% de transparência e as informações da ANAFRE (*website*, contactos e morada) na metade de baixo. A folha timbrada segue a mesma linguagem da parte de trás do cartão de visita, com a adição da identidade no canto superior esquerda na versão horizontal. O envelope é branco com a identidade no canto superior esquerdo e as informações referidas anteriormente no canto inferior esquerdo.



Figura 10 - Estacionário criado para a ANAFRE

Fonte: Autor

A *newsletter* (Figura 11) mantém o mesmo esquema de cores começando com um cabeçalho de fundo azul escuro institucional desvanecendo para uma imagem criada (foto do porto com grafismos em várias cores com cortes em várias direções, com uma transparência de 25%). O cabeçalho contém a identidade em versão para fundos escuros horizontal à esquerda, número de *newsletter* e mês à esquerda (a branco) e zona para imagem de destaque que começa no cabeçalho e acaba no corpo da *newsletter*, com um contorno branco de 4 pt. De seguida, no corpo segue o título e *lead* da notícia de destaque e mais duas notícias lado a lado com imagem sobre título de *lead*. Todo o texto é a azul escuro institucional. Por fim apresentam-se as informações legais: *copyright*, opção de cancelar subscrição, contactos, morada e, por fim, uma secção com a identidade da ANAFRE e as identidades das entidades que financiam o projeto. A *newsletter* completa pode ser visualizada no Apêndice I.



Figura 11 - Cabeçalho da *Newsletter* criado para a ANAFRE

Fonte: Autor

No *website* (Figura 12), a parte do projeto com menos liberdade criativa, ficou definido que seriam alteradas as cores, mudado a identidade e pequenas alterações estéticas (como tipo de letra, ícones, etc.), mantendo a estrutura e informação do *website* intacta. Assim, em todos as caixas de menus principais foram substituídas pelo azul institucional e as secundárias por um azul mais claro (RGB: 0, 113, 186). O texto de menus foi também trocado para azul institucional ou branco, dependendo do fundo. Após o cabeçalho foi colocada a mesma imagem que na *newsletter*, para substituir a existente de forma a dar um ar mais apelativo num primeiro relance. O *website* completa pode ser visualizada no Apêndice II.



Figura 12 – Cabeçalho do *website* criado para a ANAFRE

Fonte: Autor

A revista (Figura 13) teve a mesma abordagem sóbria que os outros elementos do projeto. Na capa foi colocada uma foto do Porto (onde foi substituído o céu por um mais limpo, de forma a melhorar a legibilidade da informação que seria colocada) como fundo, a identidade

no topo a ocupar cerca de 70% do cabeçalho enquanto o restante espaço serviria para identificar a edição, o mês e outras informações. Alinhado à esquerda estariam duas ou três pequenos destaques e, mais ao centro e com maiores dimensões estaria o grande destaque da capa. Esta informação tem o objetivo de ser móvel dependendo da edição, fundos, destaques, etc. A página de destaque, página 3, tem um cabeçalho de fundo azul escuro institucional, ocupando cerca de 5% da folha, com o número de página seguido da identidade visual. O cabeçalho repete-se para todo o miolo, alterando a informação para o lado direito no caso das páginas de número par. De seguida está a notícia de destaque, com a imagem associada à mesma a ocupar um terço da página, o título e a *lead* e, o corpo da notícia a ocupar metade da página. Na página de miolo mantém-se a mesma linguagem da *newsletter*: uma notícia a ocupar metade da página e duas notícias lado a lado na segunda metade. Naturalmente, esta estrutura é móvel e pode trocar de posição tendo em conta a informação a colocar.



Figura 13 - Páginas da revista criada para a ANAFRE

Fonte: Autor

Por fim, foi feita uma apresentação com todos estes conteúdos, em estilo de “mini” manual de normas, com todo o trabalho feito e todas as versões da identidade.

A página de destaque e a página de miolo não tiveram tanta atenção por via de outros trabalhos do AMV que surgiram com alguma urgência de aplicação (aplicação de vinil em carrinha das Cortinas Gigante e aplicação de vinil para parede numa casa privada). Não obstante foram feitas dentro do prazo e entregues a tempo ao cliente.

3.2. Brincar com a Dislexia - Disbedo

O projeto “Brincar com a Dislexia” procura criar um jogo para crianças com dislexia, desenvolvido pela Disbedo (Figura 14). A Disbedo é uma empresa, sediada na cidade da Guarda, que trabalha na criação e comercialização de livros, jogos, material informático de apoio à dislexia/educação. Em adição trabalha também na organização e participação em palestras, workshops, feiras, eventos, formação e ações de sensibilização a nível nacional e internacional.



Figura 14 - Identidades Visuais da Disbedo e Brincar com a Dislexia

Fonte: Arquivo do AMV

O jogo tem como objetivo ajudar crianças com dislexia a ultrapassar esta dificuldade de uma forma interativa e motivacional. Posto que a própria criadora do jogo, Ângelina Bedo Ribeiro, sofre de dislexia esta é uma causa que a motiva a lançar conteúdo para que ajude a superar as dificuldades que a dislexia comporta. Assim, após lançar o seu livro “O Segredo do João” (também direcionado para o mesmo público) pretende criar este jogo. Sendo um jogo criado para crianças com dificuldade de leitura e de escrita, este tem a necessidade de ser o mais legível possível e apelativo pelas cores.

Neste projeto não houve fase de pesquisa pela parte do estagiário pelo facto de que o projeto já lhe foi entregue numa fase muito avançada: textos definidos, tudo desenhado, estudo de cores feito, tipografia escolhida e identidade visual terminada. Assim, o trabalho do estagiário seria o de artes finais.

Para este fim o necessário era corrigir erros, definir tamanhos, fazer testes de impressão, fazer uma planificação de corte e impressão e, por último preparar para impressão em tamanho real com os respetivos *bleeds* e guias de corte. Todos os maquetes usados na planificação foram criados pelo estagiário, consistindo na criação de uma embalagem, corte, montagem, fotografia, tratamento da fotografia e colocação da impressão sobre a mesma através de Photoshop. Por conseguinte, a planificação começa na embalagem em si.

Aqui é esquematizado o formato do embalagem (com linhas de corte e linhas de vinco), o seu conteúdo para as peças de jogo e cartões de perguntas (com linhas de corte, linhas de vinco e demonstração da dobra numa vista de frente), tal como o material a usar (caixa: cartolina brilho 350g; miolo: cartolina brilho 250g), a quantidade a imprimir por jogo (uma unidade), o número de cores (uma) e a escala a que estava o desenho (1:3). De seguida é apresentado uma maquete a demonstrar a caixa fechada e aberta (Figura 15).

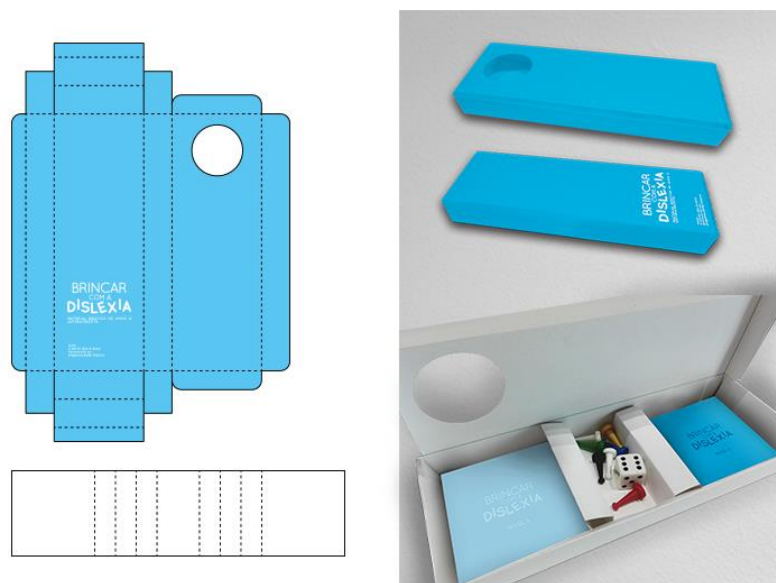


Figura 15 - Planificação da embalagem e maquete para Brincar com a Dislexia

Fonte: Arquivo do AMV / Autor

No tabuleiro é feito mesmo que na fase anterior, uma esquematização com a planificação de corte e vinco, medidas e *layout* para impressão com a parte interior e exterior. O papel escolhido é papel *couché* mate (350g) com plasticização mate, uma unidade, quatro cores, a uma escala de 1:2. Após testes com o papel as medidas entre o corte da esquerda e o primeiro vinco é de 9.1cm, o seguinte 9.1cm e o último 8.8cm (para compensar as dobras do papel). É apresentado também uma maquete com o tabuleiro fechado e aberto (Figura 16).

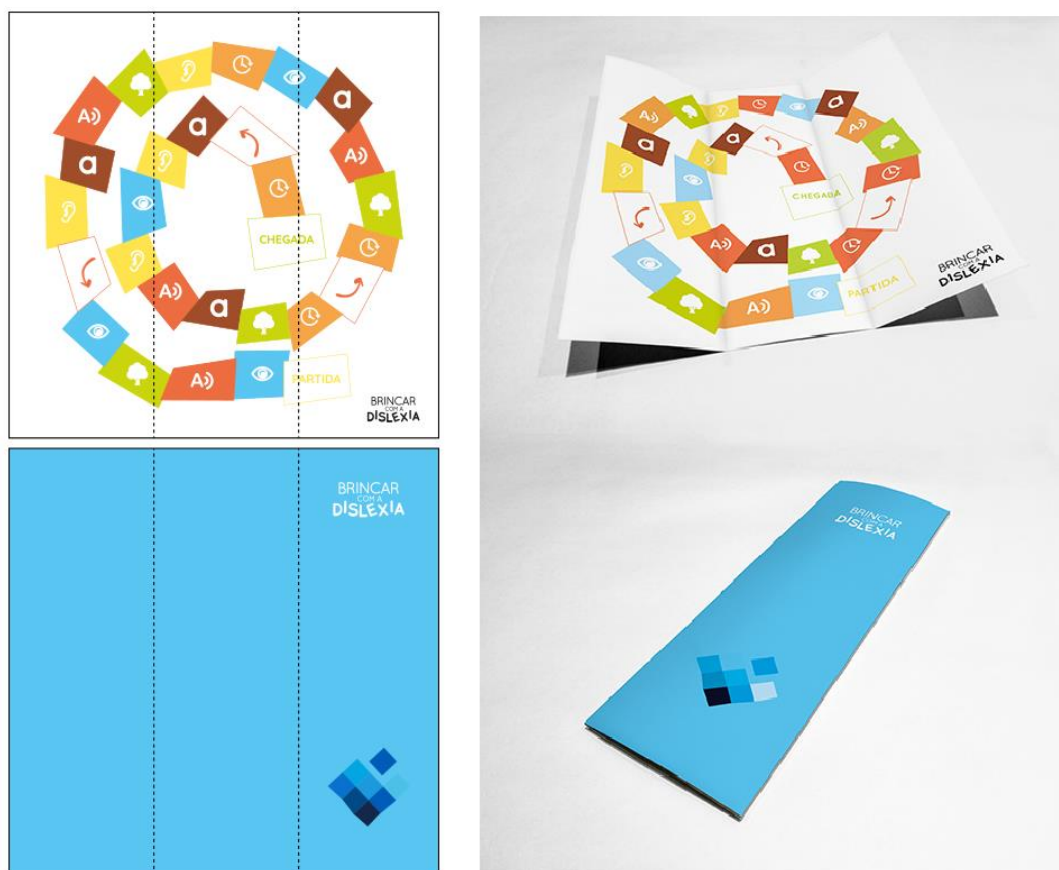


Figura 16 - Planificação e maquete do tabuleiro para Brincar com a Dislexia

Fonte: Arquivo do AMV / Autor

A seguir são apresentados os cartões de pergunta do Nível 1 e Nível 2, demonstrando a parte da frente e parte de trás. O material usado é papel *couché* brilho (300g), com 30 unidades (por nível), usando 4 cores, em escala real. Apresenta-se também uma maquete com os cartões virados para cima e para baixo (Figura 17).



Figura 17 - Planificação e maquete dos cartões de perguntas para Brincar com a Dislexia

Fonte: Arquivo do AMV / Autor

Por fim é apresentado o folheto de instruções (Figura 18), sendo exatamente igual ao tabuleiro em termos de dimensões, cores e unidades. A única diferença é no peso do papel que neste é de 200g.



Figura 18 - Planificação das instruções para Brincar com a Dislexia

Fonte: Arquivo AMV / Autor

Por fim são preparados todos os 60 cartões (30 por nível), tabuleiro, embalagem, instruções para impressão. Estes são exportados em PDF/X-1a:2001, com marcas de corte, informação de página e *bleed* de 3mm em todas as margens.

3.3. Clássicos Cidadelhe 2018 – Egipneus / Cidadelhe Rupestre

O evento “Clássicos Cidadelhe” consiste num “encontro de amigos”, num passeio de carros clássicos. É uma parceria entre a Egipneus e a Cidadelhe Rupestre (Figura 19) que pretende juntar aficionados de carros clássicos para um dia de convívio. Para a edição de 2018, os responsáveis pretendiam, do AMV, um cartaz, uma imagem para publicar em redes sociais e, *t-shirt* e credencial para os participantes.



Figura 19 - Identidades Visuais da Egipneus e Cidadelhe Rupestre

Fonte: Arquivo do AMV

Sendo o público-alvo na casa dos 40 anos para cima, o objetivo com a comunicação deste evento era de algo que refletisse o seu alvo, clássico. Assim, definiu-se que se iria criar algo simples, com um desenho de um carro clássico como destaque para toda a comunicação. O carro teria que ser desenhado à mão em estilo de *sketch*, esboço, em oposição de algo mais limpo e elaborado.

Para tal começa a fase de pesquisa procurando exemplos de carros clássicos e retirando os elementos mais icónicos dos carros encontrados.

Foram feitos três *sketches*, criados pelo Maurício Vieira (Figura 20), dos quais foi escolhido um (terceiro na figura). Após digitalização este foi retocado, pelo estagiário, em Photoshop e de seguida vetorizado através da *Image Trace Tool* do Adobe Illustrator. Apesar desta ferramenta fazer um bom trabalho é necessário limpar os *anchor points* de modo a que o desenho tenha um aspeto mais limpo.

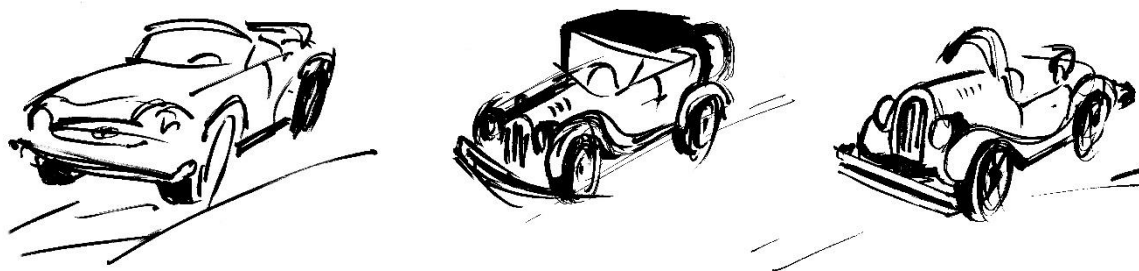


Figura 20 - Desenhos criados para Clássicos Cidadelhe

Fonte: Desenhado por Maurício Vieira

A partir deste desenho, peça central, começa a ser criada a comunicação do evento. Como tipografia foi escolhida “Arial”, pela sua simplicidade e por ser um tipo de letra familiar assim apelando ao público mais maduro. Além desta foi usado o tipo de letra “Helvetica LT 75 Bold” para a palavra clássicos de modo a dar alguma diferenciação e destaque (Figura 21).

As cores escolhidas foram amarelo, vermelho e preto, por passarem uma mensagem de energia, paixão e poder, respetivamente (e, obviamente, por funcionarem esteticamente entre si). O amarelo seria a cor de fundo, o vermelho para usar em destaques e preto como cor de tipografia e fundo de secções não centrais (cabeçalho e rodapé).



Figura 21 - Combinação da tipografia, desenho e grafismos para Clássicos Cidadelhe

Fonte: Criado por Maurício Vieira

Consequentemente foi criado o cartaz: cabeçalho com uma breve descrição, seguido do título (Clássicos Cidadelhe 2018), a data e a peça de destaque (desenho do carro clássico), o itinerário do dia e, por último no rodapé, as informações da organização, contactos e informação sobre o preço do almoço. Esta parte do trabalho foi criada pelo Tiago Isidro.

A *t-shirt* (Figura 22) seria amarela, tendo as identidades visuais das entidades organizadoras na parte da frente (na zona do peito), lado a lado. Na parte de trás estaria a informação de destaque igual ao cartaz (exceto a data): “Clássicos Cidadelhe 2018”, seguido do desenho do carro.

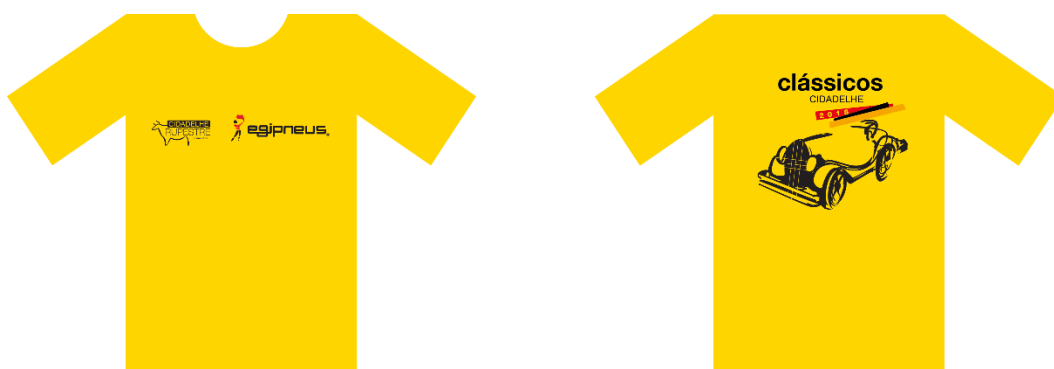


Figura 22 - *T-shirts* criadas para Clássicos Cidadelhe

Fonte: Criado em parceria com Maurício

As credenciais (Figura 23) seguem a mesma linguagem que os demais, na parte da frente, usando a mesma informação que a parte de trás da *t-shirt*. A parte de trás tem um fundo branco com espaço para o participante escrever o seu nome, o seu carro e a matrícula. Tanto a parte da frente tem os seus elementos ligeiramente abaixo do centro de forma a dar espaço para o furo de modo a encaixar introduzir na fita *lanyard*.



Figura 23 - Credenciais criadas para Clássicos Cidadelhe

Fonte: Autor

Por fim, a imagem para publicar nas redes sociais (Figura 24) é feita da mesma forma: elementos de destaque em cima e informação sobre o “Miss ou Mister Clássico” em baixo.



Figura 24 - Imagem de publicação em redes sociais para Clássicos Cidadelhe

Fonte: Autor

O estagiário preparou também os ficheiros do cartaz e da credencial para impressão. Ambos foram exportados em “PDF/X-1a:2001”, o cartaz com um *bleed* de 3mm em todos os lados, enquanto a credenciais foram preparadas para serem impressas oito unidades por cada folha A4 impressa, com linhas de corte.

3.4. Eva Nails

A Eva Nails é uma nova loja na cidade da Guarda, procurando oferecer o serviço de “nail *designer*”, *designer* de unhas. Para além dos serviços de manicure e pedicure, esta loja tem como objetivo diversificar-se, vendendo também roupa, bijuteria e artigos para criança (mochilas, brinquedos, estojos, etc.). Para abrir a loja, a responsável pretendia *design* de marca, sinalética para a fachada, tal como *design* de interiores. Posto que o prazo para este trabalho seria curto, acabou por ser um esforço de equipa para o término deste trabalho dentro prazo definido. Assim, este projeto foi uma parceria entre o estagiário, o Maurício Vieira e o Tiago Isidro.

O diretor criativo, Maurício Vieira, ficou encarregue de criar a identidade visual da marca (Figura 25) e de fazer um conceito/*sketch* da imagem (Figura 26 (esquerda)) que seria colocada na parede. O Tiago Isidro ficaria encarregue de fazer o manual de normas de identidade visual da marca, juntamente com o seu estacionário. O estagiário ficou encarregue de tratamento das fotos do espaço de forma a criar o *design* de interiores, *design* de sinalética e do tratamento final da imagem criada pelo Maurício. Por fim, o estagiário e o Tiago Isidro ficariam encarregues das artes finais, impressão, aplicação de sinalética e de vinil.

O género feminino, dos 15 anos para cima, é maioritariamente o público-alvo da loja. Como tal o objetivo é captar a atenção dum público tão vasto como a diferença de idades a que se destina. Por conseguinte, foi definido que seria feito um trabalho sóbrio, com um aspeto intemporal.

As cores definidas, que se associariam para a marca e sinalética, foram rosa (Pantone 217 C), preto e azul escuro (Pantone 2767 C). A tipografia usada para a marca foi “Montserrat”, enquanto a tipografia usada para corpo de texto (ex.: estacionário) foi a “Myriad Pro”, nas suas versões “Regular” e “Bold”.



Figura 25 - Identidade Visual para Eva Nails

Fonte: Criado pelo Maurício

Numa primeira fase o estagiário fez o tratamento de imagem, fazendo uma simulação do espaço final em seis imagens através do Photoshop. Começou-se pelo tratamento da imagem criada pelo Maurício, seguido da foto à qual esta imagem se destinava (Figuras 26 e 27).

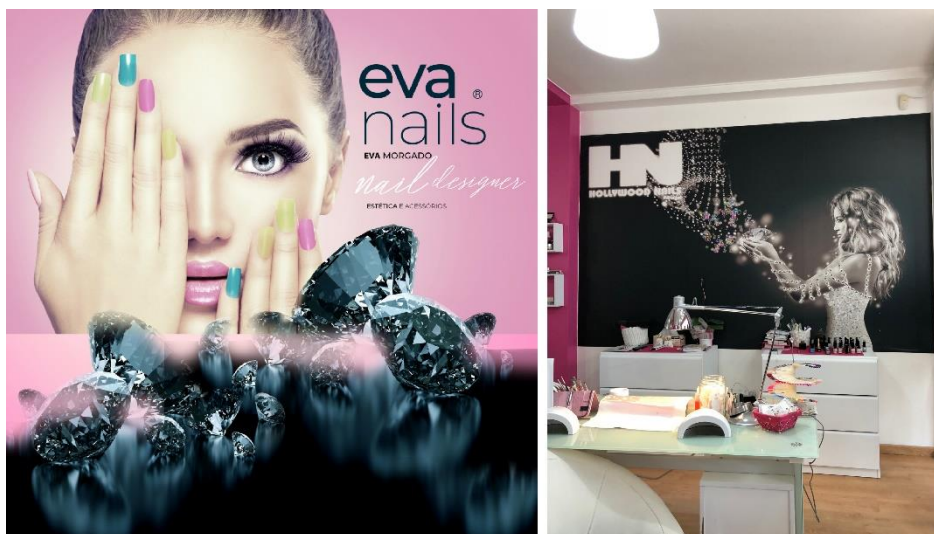


Figura 26 - Imagem por trabalhar e fotografia da parede a que se destinava para Eva Nails

Fonte: Arquivo do AMV



Figura 27 - Imagem trabalhada e maquete criada para Eva Nails

Fonte: Autor

De seguida foi feita a limpeza das duas paredes que se seguiam, retirando os elementos desnecessários e fazendo alterações nas cores (Figuras 28 e 29).

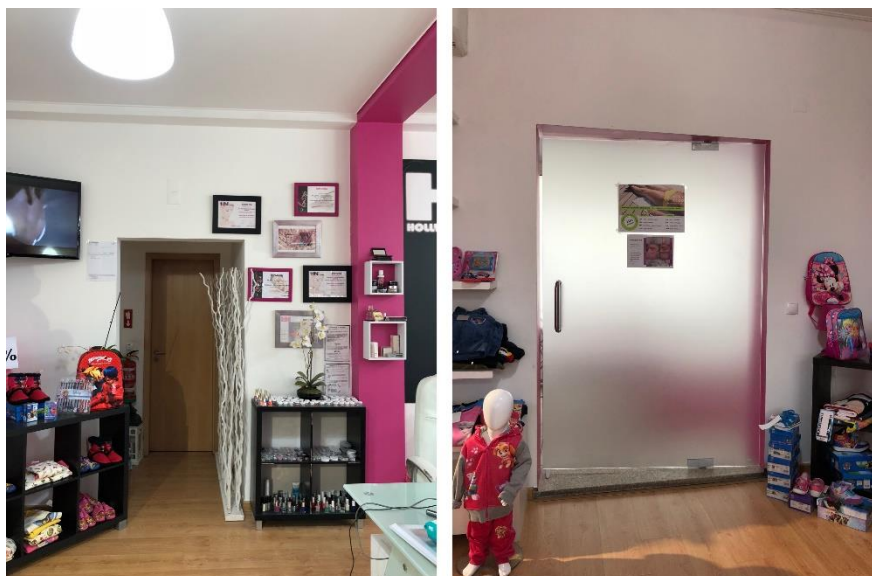


Figura 28 - Fotografias do espaço da Eva Nails

Fonte: Arquivo do AMV



Figura 29 - Maquetes criadas a partir das fotografias do espaço da Eva Nails

Fonte: Autor

Posteriormente seguir-se-ia a fase da sinalética, sendo criado um desenho vetorial da mesma que seria colocado nas duas imagens a que se destinavam. As imagens foram também limpas, de forma a retirar os elementos distrativos à mesma e criando maquetes para ambos de forma a colocar as sinaléticas vetoriais na perspectiva correta (Figuras 30 e 31).



Figura 30 - Fotografias da fachada da Eva Nails

Fonte: Arquivo do AMV



Figura 31 - Maquetes criadas a partir das fotografias da fachada da Eva Nails

Fonte: Autor

Na última fase, foram criados os ficheiros vetoriais para impressão em tamanho real. Estes foram impressos e preparados pelo Tiago Isidro. Para concluir, estes foram aplicados pelo estagiário e pelo Tiago no local (Figura 32). Estes incluem duas sinaléticas para a fachada, uma imagem em vinil para parede e três vinis para serem colocados em vidros (um fosco para tapar a parte de trás da sinalética, um na porta com a marca e outro no vidro do balcão).



Figura 32 - Fotografias da aplicação de vinil no espaço da Eva Nails

Fonte: Fotografado e montado pelo estagiário

3.5. Freeshop - Móveis

A Freeshop é uma empresa de venda de móveis sediada na Guarda. Oferece como serviços, compra, venda e troca de móveis, guarda móveis (a empresa guarda os móveis dos seus clientes em armazém) e, na sua segunda empresa MatShop, vende materiais de construção. A Freeshop pede para este trabalho um *design* de carrinha, a ser adaptado para uma segunda carrinha, para promover os seus serviços e a sua nova loja no Fundão.

O objetivo da empresa seria manter a linguagem da marca e das carrinhas que já tinham com vinil aplicado até ao momento. Assim, olhou-se para a marca e para as cores para determinar o caminho a seguir.

As cores principais a ter em conta seriam o azul escuro e o laranja institucionais, tal como diferentes tonalidades destas mesmas cores. Estabeleceu-se que se se queria demonstrar a venda de móveis através de grafismos, tal como a transição entre Guarda e Fundão. Assim, escolheu-se como elementos principais: móveis, sé da Guarda e as cerejas do Fundão. Para além dos elementos de destaque, seria necessário colocar informações sobre os serviços e produtos que vendem (compra, venda e troca de móveis; móveis por medida; materiais de construção; marca; contactos; e marca da segunda empresa).

Este trabalho andou “de mão em mão”, começando por estar a cargo do Tiago Isidro, passando para o estagiário e acabando nas mãos do Maurício Vieira. Isto deveu-se ao facto de outros trabalhos com mais urgência serem colocados à responsabilidade do Tiago, inicialmente, e do estagiário, posteriormente.

Consequentemente, começou o trabalho do estagiário. Os elementos escolhidos, como destaque, foram definidos após pesquisa sobre os elementos mais icónicos de cada cidade. No caso da Guarda foi ponderado também a estátua do D. Sancho, porém acabou por se usar a Sé da Guarda de forma a encaixar melhor com o resto do *design*. Em relação ao Fundão, chegou-se à conclusão de que esta cidade não apresenta edifícios muito icónicos, sendo que a cereja acaba por ser o elemento que imediatamente diz “Fundão”.

Assim, foi criado um *design* (Figura 33) onde estaria as informações em destaque no topo e no centro, enquanto os grafismos começariam do meio até abaixo. Devido à quantidade exagerada de informação a ser colocada apenas numa lateral da carrinha, o estagiário tomou a decisão de usar os elementos todos a branco com opacidade, com um fundo composto por

um padrão a fazer lembrar uma onda, a azul escuro. Esta opção pretende dar mais fluidez à carrinha de forma a conferir outro dinamismo que outrora não tinha.



Figura 33 - Maquete de *design* de carrinha para Freeshop

Fonte: Autor

Como mencionado anteriormente, este projeto acabou por acabar nas mãos do Maurício acabando por tomar outra direção criativa. Após aprovação do cliente, o estagiário e o Tiago ficaram encarregues de aplicar o vinil para viaturas. Isto inclui as duas laterais, traseira, portas, teto e frente.

3.6. GestDados

A GestDados é uma empresa de fiscalidade, contabilidade e gestão, da cidade da Guarda. Esta procura celebrar os seus 20 anos de atividade com um *rebranding* de marca, tal como uma garrafa de vinho comemorativa.

Conforme o pedido, o estagiário tem como objetivo criar uma proposta de identidade visual e um rótulo de garrafa. Tendo em conta os serviços que a empresa providencia e os seus membros mais maduros, entendeu-se que seria uma mais valia manter algo da marca existente, neste caso as cores (ou tonalidades semelhantes), tal como tentar manter algo minimalista e intemporal.

Assim, começou uma pesquisa mais profunda sobre a empresa. Começando pela identidade visual antiga (Figura 34), verificava-se que apesar do nome da empresa ser GestDados, a marca apenas dizia GestD. Por uma questão de coerência comunicativa, tomou-se a decisão de colocar o nome completo na marca.



Figura 34 - Identidade Visual antiga da GestDados

Fonte: <http://www.gestdados.pt/>

Na fase conceptual de criação de um símbolo (Figura 35), o estagiário começou a testar combinações das letras G e D de forma a criar algo único e simples. Estas iriam-se intercalar diagonalmente de modo a que a linha de cima do D faria o final do G (linha que vai para o centro).

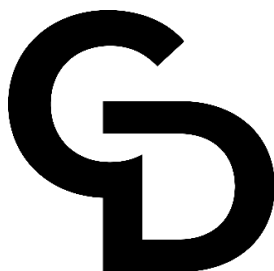


Figura 35 - Símbolo criado para GestDados

Fonte: Autor

Após estudo tipográfico, escolheu-se o tipo de letra “Montserrat”, pela sua simplicidade e estilo contemporâneo. Esta teria um papel essencial de forma a trazer esta marca para o século XXI. Foi, no entanto, alterado, mais especificamente no G de forma a fazer mais sentido com o resto do *design* (Figura 36).

GESTDADOS

Figura 36 - Logotipo criado para GestDados

Fonte: Autor

No estudo de cores, apesar de se ter determinado que se iriam manter as cores da marca original, foi também testado o uso das cores verde (transmite estabilidade) e azul (transmite confiança e integridade), em simultâneo e separado. Estas cores funcionavam de bem, no entanto as cores originais faziam igualmente sentido, sendo consequentemente mantidas. Para criar um visual mais dinâmico foram usados cortes e gradientes no símbolo (Figura 37).



Figura 37 - Testes de cor / possíveis variações de identidade visual para GestDados

Fonte: Autor

Criou-se também uma variação da marca, apenas com logotipo, em que a palavra “Dados” leva o tratamento referido anteriormente de forma a manter a coerência e o mesmo dinamismo (Figura 38).

GESTDADOS

Figura 38 - Segunda proposta de identidade visual para GestDados

Fonte: Autor

Na segunda fase é criado o rótulo da garrafa, com fundo preto, marca no topo, seguido de “20 Anos” dentro de um selo a vermelho (como de fosse um selo de qualidade) e, por fim,

Fonte: Autor

48

3.7. Projeto Guarda Sem Desperdício 2018 – Junta de Freguesia da Guarda

O Projeto Guarda Sem Desperdício pretende apelar ao consumo sustentável, aprendendo a usar o que é necessário, sem abusos e sem desperdício, valorizando os recursos existentes fechando o ciclo o mais possível. O Projeto é promovido pela Junta de Freguesia da Guarda com a parceria da Circular Economy Portugal e do IPG e, financiado pelo Fundo Ambiental, com o objetivo de desenvolver e concretizar soluções locais de economia circular.

O manual de compostagem a ser criado, tem como objetivo ser um incentivo para a adoção de boas práticas assim como um guia para a prática da compostagem, esclarecendo as dúvidas que vão surgindo durante o processo. Como projeto editorial, foi enviado para o AMV um ficheiro *doc* com os textos a ser utilizados tal como exemplos de ilustrações a serem feitas para o mesmo. Os responsáveis pedem também, como nota para os *designers*, que procuram um *design* consistente ao longo do manual, de fácil leitura, sem ter grandes massas de textos seguidas, num formato A5, com um máximo de 20 páginas (incluindo capa e contracapa).

Devido ao prazo curto para entrega de uma primeira proposta, apenas um dia, este trabalho foi dividido em duas partes: uma página de texto com uma ilustração (a cargo do Maurício Vieira) e uma página de ilustração completa (ao cargo do estagiário). De forma a apresentar duas variantes com diferentes estilos decidiu-se fazer a página de miolo com uma ilustração em estilo de *sketch* desenhado à mão, enquanto a de ilustração completa seria num estilo mais gráfico.

A página escolhida para ilustrar seria relacionada com o que colocar no compostor, tal como aquilo que não se deve colocar. Para este efeito decidiu-se desenhar, à mão, um compostor (Figura 40) que serviria como elemento central e principal da página. Este seria posteriormente vetorizado, através do Illustrator, e colorido, através do Photoshop com uma mesa gráfica. Devido às limitações de tempo, esta peça foi desenhada, com a orientação do estagiário, pelo outro estagiário do AMV. Enquanto esta parte estava a ser criada, foi desenvolvido o conceito de como colocar a informação.

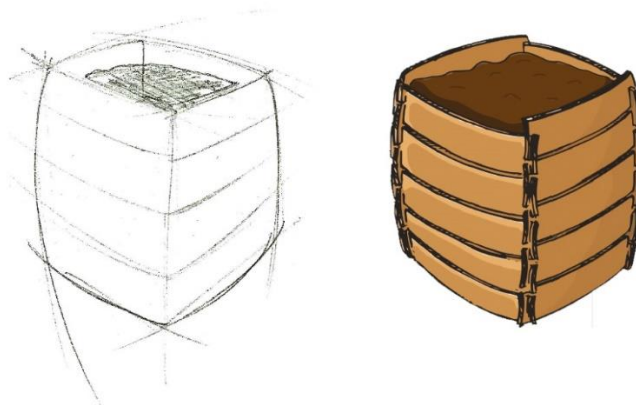


Figura 40 - Desenho base digitalizado e versão final vetorizado e colorido para Projeto Sem Desperdícios

Fonte: Autor, em parceria com o outro estagiário do AMV

Assim, começa a fase de pesquisa, com o objetivo de encontrar imagens para complementar os itens definidos a colocar (ex.: imagem de relva, legumes, sacos de chá, etc.). À medida que estes exemplos se encontravam, eram consequentemente desenhados ou vetorizados (através da *Image Trace Tool*, sendo aprimorados após esta fase).

As tipografias escolhidas para este projeto foram “Zilla Slab” (nas suas variantes, regular e negrito) e “Life Savers”. Com estes dois tipos de letra pretendia-se dar um aspeto mais jovial que se relacionasse com o estilo ilustrativo que se pretendia.

As cores usadas seriam relacionadas com a Terra, uma paleta baseada em tons de verde e castanho. Esta escolha seria feita também pelos tipos de materiais a ser colocados no compostor: verdes e castanhos.

Em termos de composição, e de modo a separar os tipos de material, fez-se uma linha na diagonal separando os verdes para a esquerda e os castanhos para a direita. No topo da página ficaria o título, “O que colocar no Compostor”, enquanto no canto inferior direito seria feito uma “meia-lua”, local onde seria colocada a informação “O que Não colocar no Compostor”.

Os títulos e os materiais a colocar teriam um *stroke* de 9 pt, no caso dos materiais e do título, e de 7 pt para o título dos materiais a não colocar.

A página criada pode ser consultada no Apêndice IV. A proposta com as duas páginas criadas foi criada posteriormente pelo Maurício Vieira e enviada ao cliente.

3.8. Marlene Marques – Estética e Implantologia Dentária

“Marlene Marques” é uma clínica dentária, na cidade da Guarda, criada para responder às necessidades das empresas locais, de obter serviços de qualidade a um preço acessível. Fundada em 1990, esta entidade (Figura 41) vinha preencher uma lacuna no que toca a preços mais acessíveis nesta área.



Figura 41 - Identidade Visual de Marlene Marques

Fonte: Arquivo do AMV

A responsável da clínica, Marlene Marques, pretendia do AMV uma forma de tornar a ida ao dentista por parte de crianças em algo que pudesse ser algo mais divertido e até menos temido. Para este fim, aproveitando algo que é prática relativamente comum no meio, pede a criação de medalhas de bom comportamento para oferecer às crianças que, como o nome indica, se portam adequadamente na sua visita ao dentista.

Definido o público-alvo, crianças, ficava assente como objetivo apelar a esta faixa etária, procurando algo colorido no estilo *cartoon*. A medalha teria que dizer “Medalha de Bom Comportamento” e teria que ter a marca na medalha.

Numa primeira fase, de pesquisa, procurou-se *online* aquilo já feito neste género. De forma a fazer algo único decidiu-se fazer vários *cartoons* de modo a ter três medalhas diferentes, enquanto por cada desenho haveria duas medalhas de cor de fundo diferente.

Na primeira etapa de desenho foi criado um dente em forma de *cartoon*, com feições (olhos, sobrancelhas, boca e até braços). No segundo desenho é reaproveitado o primeiro, fazendo um espelho do mesmo, desenhando uma expressão facial diferente e colocando uma escova de dentes na mão. O último desenho baseia-se na relação entre um “casal”, a escova e a pasta de dentes. Ambos são também desenhados com expressões faciais, tendo a pasta o seu braço nas costas da escova (Figura 42).

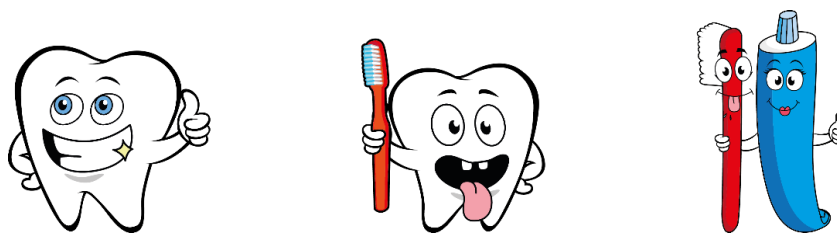


Figura 42 - Cartoons criados para Marlene Marques

Fonte: Autor

A tipografia usada é “Delius Unicase”, um tipo de letra no estilo *doodle*, ideal para um trabalho direcionado para crianças.

Após testes de impressão foi determinado o tamanho da medalha ideal, tal como as cores e tamanhos de texto a colocar.

Foram feitas no total seis versões de medalhas, tendo estas seis cores de fundo diferentes: verde (CMYK: 65, 0, 100, 0), rosa (CMYK: 8, 96, 0, 0), azul-marinho (CMYK: 63, 0, 29, 0), laranja (CMYK: 0, 50, 100, 0), amarelo (CMYK: 0, 10, 95, 0) e ciano (CMYK: 100, 0, 0, 0).

O título foi usado de duas formas em duas propostas diferentes (Figura 43), para o cliente escolher: na primeira proposta o texto está colocado no seguimento da elipse de contorno branco, enquanto a segunda tem o texto moldado por cima e ao lado do *cartoon*. Todas as propostas podem ser consultadas no Apêndice V.



Figura 43 - Variações das duas propostas criadas para Marlene Marques

Fonte: Autor

A cliente acabou por escolher a primeira, e assim seguiu para impressão em papel autocolante.

3.9. Azeites Monte Côa

A Monte Côa (Figura 44), sediada no Vale do Côa em Pinhel, trabalha no setor das indústrias transformadoras, mais especificamente na produção de azeite.



Figura 44 - Identidade Visual da Monte Côa

Fonte: Arquivo do AMV

Como entidade já trabalhou com o AMV no passado, tendo o atelier sido responsável pela marca e pelas embalagens existentes. Para este projeto, o objetivo era criar um novo rótulo para uma garrafa de 75 cl, mantendo a coerência para com as embalagens existentes.

Posto que o *design* da garrafa estava já definido, o trabalho do estagiário passa por adaptar para formato pretendido, fazer testes de tamanhos e de garantir a presença dos preceitos legais e menções obrigatórias para a rotulagem de azeite e para embalagens, de forma correta, nos tamanhos mínimos legais. Cabe igualmente ao estagiário criar a proposta com uma simulação realista, numa garrafa realista.

Após a primeira fase de testes concluída chega a fase de apresentação. Posto que não foi providenciado a garrafa a usar ou uma foto da mesma (apenas as suas dimensões), usou-se uma garrafa semelhante (Figura 45), encontrada *online*, de forma a demonstrar o rótulo numa situação real.



Figura 45 - Garrafa usada para a criação da maquete para Monte Côa

Fonte: <http://reservarecomendada.blogspot.com/2014/06/divulgacao-carm-vence-ouro-prata-e.html>

Através do Photoshop foi colocado o rótulo na perspectiva correta, fazendo alterações ligeiras ao formato da garrafa, com as respectivas sombras e luz de forma a dar o aspeto realista pretendido. Foram feitas duas propostas (Figura 46), uma de fundo dourado e outro de fundo preto.



Figura 46 - Maquetes de garrafas criadas para Monte Côa (ambas as propostas)

Fonte: Autor

Por fim, foi criada a apresentação incluindo os rótulos vetorizados à escala real, juntamente com as simulações criadas.

3.10. Cortinas Gigante

As Cortinas Gigante (Figura 47), empresa de decoração da Guarda, é uma entidade com 25 anos de existência, que procura criar soluções únicas e personalizadas. Oferece serviços de decoração de interiores, confecção de cortinas, limpezas (cortinas e tapetes), estufagem e criação de estores por medida.



Figura 47 - Identidade Visual das Cortinas Gigante

Fonte: Arquivo do AMV

A empresa contactou o AMV com o objetivo atualizar o *design* de uma carrinha. Esta tinha sido recentemente pintada de fresco, de azul, e pretendia que se criasse um *design* para posteriormente ser aplicado em vinil de viatura.

O objetivo principal da empresa era de ter um *design* que captasse a atenção tanto parada como em movimento, daí a cor azul de pintura. Este trabalho estaria dividido em duas fases: a fase de conceção e criação de *design* (parceria com Maurício Vieira, onde cada um criaria uma alternativa diferente) e, a fase de aplicação (onde o estagiário e o Tiago Isidro aplicariam o vinil na carrinha).

O estagiário, numa primeira fase, começa a fase de pesquisa. Nesta fase procura-se uma imagem que demonstre o que a empresa faz, de forma a complementar a informação textual a ser colocada. A informação necessária a ser colocada seria: a marca, “Tecidos”, “Papel de Parede”, “Cortinados” e “Decorações” (a última com mais destaque).

Após estudo tipográfico definiu-se que se usaria “Larke Sans Light”, para “Tecidos”, “Papel de Parede” e “Cortinados”. Para a palavra “Decorações” usar-se-ia o tipo de letra “Austina”, um tipo de letra no estilo de caligrafia.

Numa primeira proposta começou-se por desenhar um cortinado, em estilo de *sketch*, usando todos os elementos a branco. Porém este *design*, apesar de bem conseguido, carecia de carácter. Assim, usou-se o conceito “ouro sobre azul”, criando outro cortinado baseado no símbolo da marca, em diferente de azul (Figura 48). A palavra “Decorações” ficaria a dourado de forma a contrastar com os azuis e brancos do *design*. Foi feita também uma maquete (Figura 49), uma variante da anterior, de forma a demonstrar o *design* em situação real.

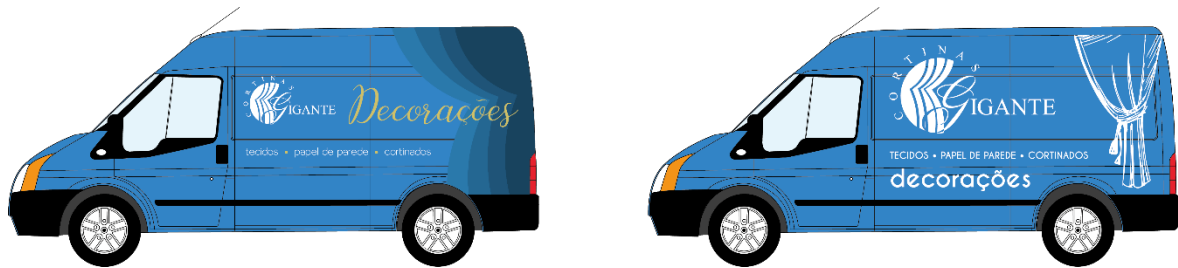


Figura 48 - Variações de propostas de *design* de carrinha para Cortinas Gigante

Fonte: Autor



Figura 49 - Maquete de *design* de carrinha criada para Cortinas Gigante

Fonte: Autor

Assim, foi entregue esta proposta ao diretor criativo, Maurício. Por uma questão de falta de tempo, devido a outros projetos com maior urgência, o estagiário acabou por terminar o seu contributo na parte criativa deste projeto. O cliente mudou, entretanto de ideias, definindo que queria um *design* mais colorido e com um cortinado dourado.

Este *design* viria a ser mais tarde aplicado (Figura 50), tanto em vinil de corte como em vinil impresso laminado. Esta tarefa ficou ao encargo do estagiário e do Tiago.



Figura 50 - Fotografias do estagiário a aplicar vinil em carrinha para Cortinas Gigante

Fonte: Autor

3.11. COFICAB

A COFICAB é uma empresa internacional, tendo fábricas espalhadas por todo o mundo. Apesar deste facto a fábrica “mãe” está localizada em Vale de Estrela na Guarda. A empresa é especializada no fabrico de fios e cabos isolados para o ramo automóvel, tendo parcerias com marcas de renome (ex.: BMW, Bentley, Volvo, Jaguar, e muitas outras).

A COFICAB já trabalhou com o AMV múltiplas vezes, nas áreas de sinalética, mobiliário, equipamento, interiores, troféus e até projetos de chave-na-mão (todo o projeto de um espaço é conceptualizado, criado e executado pelo atelier). Durante o período de estágio foi pedido ao atelier vários trabalhos, todos na área da sinalética, onde se pedia que fossem feitas atualizações a painéis existentes, desde retoques de *design*, correções de erros ou simplesmente uma atualização pelo desgaste do que se pretendia substituir.

Ao longo do estágio ficou encarregue ao estagiário, juntamente com o Tiago Isidro, a aplicação deste tipo de painéis nas instalações da COFICAB, em quatro ocasiões.

Numa destas ocasiões ficou ao cargo do estagiário a atualização destes mesmos painéis, de forma a fazer as alterações pedidas, apresentá-las e preparar as mesmas para impressão.

Assim, foram feitas alterações aos atuais. O seu objetivo era o de manter um *design* coerente nos diversos painéis, algo que não acontecia no momento. Usando o exemplo que a empresa queria manter, foram atualizados todos os outros.

De seguida foi feita a apresentação com os *designs* dos painéis, com descrição das suas dimensões e unidades a ser impressas. Após aprovação estes foram preparados para impressão, e exportados em PDF/X-1a:2001, de forma a posteriormente serem aplicados numa placa de *K-Line* e posteriormente colocados na fábrica. Por uma questão de confidencialidade os painéis feitos e colocados não serão apresentados neste relatório.

3.12. Imóvel dos Martinhos – Condomínio Privado

O Imóvel dos Martinhos é um condomínio privado na cidade da Guarda. Este prédio, como prédio de mais de 50 anos procura manter uma estética dos anos 50. Assim, pede ao AMV que seja feita uma placa ou folha de informações, com base na folha antiga (Figura 51), com horários, contactos úteis e algo único que identificasse o prédio pela sua maturidade.



A cuidar do que é de todos

ADMINISTRAÇÃO DE
CONDOMÍNIO

Condomínio a Cargo de :
Spires Condomínios Lda.
Rua da Formosa n.º 2 - loja 1 6300-550 Guarda

Horário de funcionamento das instalações de Segunda a Sexta-feira
- 9h00 as 12h30
- 14h00 as 17h30
TELEFONE: 271 225 434

ENTIDADE	TELEFONE
Número de Emergência	112
Smas	271 232 740
Bombeiros Voluntários da Guarda	271 222 115
Câmara Municipal da Guarda	271 220 200
PSP - Guarda	271 222 022
Proteção Civil da Guarda	271 210 508
Hospital da Guarda	271 200 200
Polícia Judiciária	271 216 600
Central de Taxis	271 221 209
Elevador THYSSEN KRUPP	239 797 630

SPIRES

Figura 51 - Folha de informações antiga do Imóvel dos Martinhos

Fonte: Arquivo do AMV

Assim, foi pedido ao estagiário a criação deste trabalho. Devido à falta de tempo da parte do diretor criativo, Maurício, pela necessidade de cumprir com outros compromissos profissionais fora do espaço do atelier, não ficou definido qual o suporte em que se iria “imprimir”.

Por conseguinte o estagiário criou o mesmo *design* de duas formas diferentes: uma para um orçamento diminuto, com o *design* todo a preto sobre fundo branco; e outra com um *design* a dourado com moldura também dourado e fundo preto, para um orçamento mais substancial).

Assim, após criação de uma “identidade” da parte do Maurício, foi criado a folha (Figura 52) em formato A4, baseada na informação da folha atual, com a informação colocada da seguinte forma: no topo a identidade, seguida dos horários, contactos úteis e, em rodapé, a informação sobre a entidade de condomínio e o seu contacto.

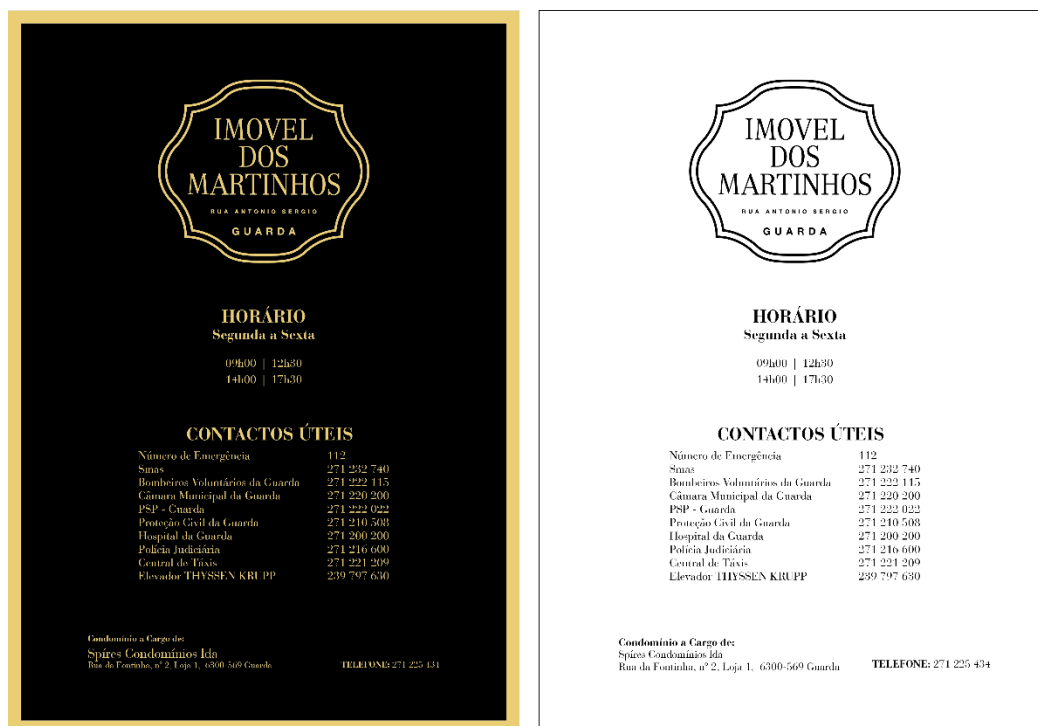


Figura 52 - Folhas de informação criadas para Imovel dos Martinhos (ambas as propostas)

Fonte: Autor

O primeiro *design*, preto com fundo branco, foi aprovado pelo diretor criativo. Apesar de parecer um erro ortográfico na palavra “Imóvel”, este não tem acento por opção, visto que a placa de pedra que se encontra no edifício também não a tem.

3.13. Guarda Energia

Guarda Energia é uma futura empresa de, como o nome indica, energia. Para abertura da mesma, a empresa pede ao AMV a criação de uma identidade visual e de manual de normas da mesma, numa primeira fase. Este projeto seria começado pelo estagiário e acabado pelo Tiago Isidro. Cabia ao estagiário começar a fase de pesquisa, criação de conceitos, estudo de cores e de tipografia.

Na fase de pesquisa o estagiário procurou elementos visuais que pudessem representar energia. As escolhas passavam por lâmpada, tomada, planeta terra, pilha, aerogerador, folha, relâmpago e átomo. A escolha mais única para o efeito, e que se provaria esteticamente mais agradável seria a do átomo. Assim, foram criados vários desenhos vetoriais (Figura 53).

De seguida, foi feito um estudo tipográfico que se adequasse aos símbolos criados. Ficou definido que se usaria um tipo de letra simples, sem serifa, com cortes em certas letras, apesar de não ter ficado definido nenhum tipo de letra específico.

Por fim, foi feito um estudo de cores, no qual se optou pelo uso de gradientes numa transição entre azul ciano, turquesa e verde-marinho. Estas escolhas prendem-se pelo seu significado de segurança e crescimento, para além de serem as cores pedidas pelo cliente.

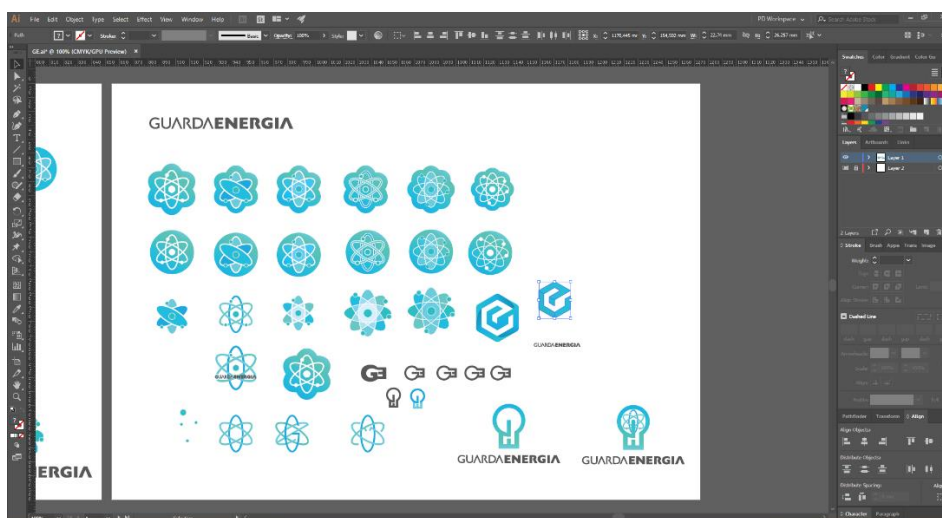


Figura 53 - Criação de hipóteses de identidade visual para Guarda Energia

Fonte: Autor

Posteriormente, a pasta deste projeto foi entregue ao Tiago Isidro, que terminou o projeto, enquanto o estagiário fazia outros trabalhos que lhe tinham sido propostos com um prazo de execução mais “apertado”.

3.14. Voud Fashion

A Voud Fashion (Figura 54) é uma marca especializada no comércio de vestuário, acessórios e complementos de moda. Neste momento, está focada exclusivamente no público feminino, a partir dos trinta anos, que procuram produtos diferentes, sem abdicar daquilo que se espera quando se investe na imagem: segurança, conforto, qualidade e originalidade.



Figura 54 - Identidade Visual da Voud Fashion

Fonte: Arquivo do AMV

Para o trabalho pedido, a empresa pretendia um *design* simples e coerente para os seus sacos de compras, de quatro diferentes tamanhos. A Voud enviou também um ficheiro *ai* em tamanho real com o tamanho do saco, tal como as áreas de impressão.

Posto que o AMV foi responsável pela criação de identidade visual para esta marca, tal como outros trabalhos, os elementos a incluir estavam já em arquivo

Assim, foi criado um *design* (Figura 55) adaptado com as informações pedidas: marca (Figura 54), *website* e morada. Neste, pode-se verificar a existência de linhas pretas, representando as dimensões do saco, e de linhas rosa, representando a área de impressão.

A tipografia usada foi “Helvetica LT 25 Ultra Light” e “Helvetica LT Std Roman”.

A cor usada foi “Pantone 5385 C”, uma das cores institucionais da marca.

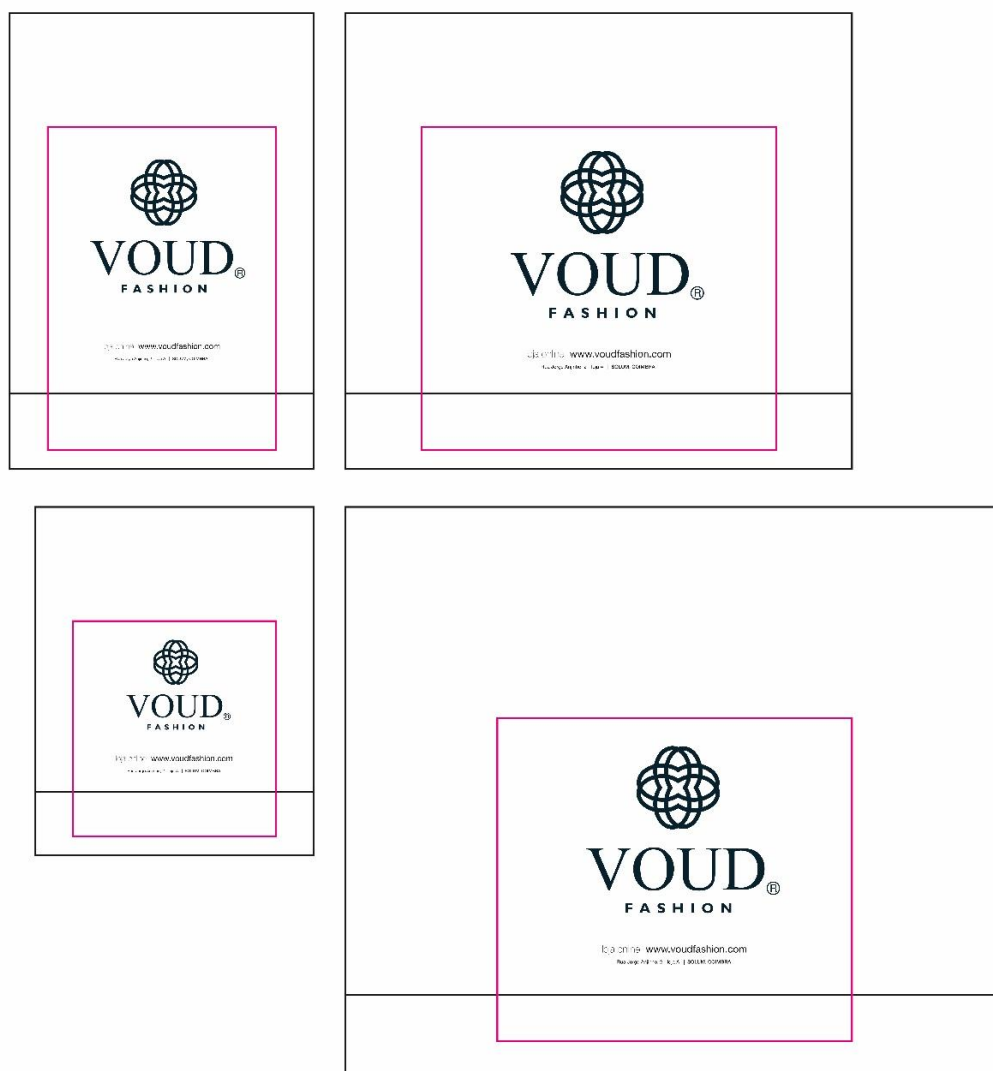


Figura 55 - Design de Sacos criado para a Voud Fashion

Fonte: Autor

Após a conclusão foi enviado para o diretor criativo para aprovação e, conseqüentemente enviado para o cliente.

3.15. Spip – Groupe Lophitz

A Spip, uma subsidiária do Grupo LOPHITZ, é uma empresa especializada em tratamento e pintura de superfícies, e serviços para o setor aeroespacial em peças de alumínio. Está localizada em Pinhel, na Guarda.

A empresa contactou o AMV com o objetivo de modificar a sua identidade visual, devido a mudança de nome, aplicação da mesma na fachada da sua fábrica e uma adaptação do seu folheto informativo a falar especificamente da sua fábrica em Portugal.

Na primeira fase foi feita a alteração de identidade. O nome original era Spi Portuguesa, no entanto este foi mudado para apenas Spip. Em conformidade, o estagiário fez a adaptação da identidade para refletir esta mudança (Figura 56).



Figura 56 - Identidade Visual original (esquerda) e versão criada para a SPIP

Fonte: Arquivo AMV / Autor

De seguida, através de fotos da fachada, foi criada uma simulação da nova identidade aplicada (Figura 57). Esta simulação foi alcançada através de Photoshop, usando a perspetiva das fotos tal como sombras e profundidade, para conferir um aspeto realista à simulação.



Figura 57 - Maquete da fachada com nova identidade visual para SPIP

Fonte: Autor

Na segunda fase, começou a ser criado o folheto (Figura 58). Esta parte do trabalho já tinha sido começado pelo Tiago Isidro e pelo Maurício Vieira, antes do estagiário estar na equipa do atelier. Assim, o trabalho do estagiário passava apenas por vetorizar algumas imagens, editar fotografias e redimensioná-las para o fim de serem colocadas no folheto. Para além disto, era necessário também definir uma estrutura de forma a definir quantos cadernos teria o folheto. Para o efeito e tendo em conta a quantidade de informação a colocar, optou-se por fazer um folheto de oito páginas, incluindo capa e contracapa.



Figura 58 - Capa e contracapa e páginas 3 e 4 do folheto criado para SPIP

Fonte: Autor

Os tipos de letra usados foram os mesmos que no folheto original, “Open Sans” e “Montserrat”. No que toca a cores, estas foram as mesmas usadas no original.

Este projeto foi evoluindo de uma forma distribuída, dependendo da informação que a empresa ia disponibilizando e da disponibilidade do AMV. Posto que a empresa não tinha prazo definido ou grande urgência, acabou por ir sendo feito quando havia tempo para tal.

Este projeto não foi terminado durante a estadia do estagiário no AMV, passando entre o estagiário e o diretor criativo múltiplas vezes. Por falta de informação providenciada pela empresa, acabou por ter que se usar texto *placeholder* nas zonas para texto.

3.16. As Voltas do Pinto Infante

As Voltas do Pinto Infante consistem num passeio, organizado anualmente, de bicicletas antigas. Os participantes aproveitam os seus veículos de duas rodas mais *vintage*, fazendo deste evento uma oportunidade de convívio de entusiastas das mesmas.

Para este evento a organização contactou o AMV com o intuito de ser criada uma matrícula para ser usada em todas as bicicletas no dia do evento. No primeiro contacto com o cliente, este pediu que tivesse um aspeto semelhante a matrículas antigas, indicando o nome do evento, a sua edição, os patrocinadores (Freguesia de Lardosa e NouvellEnergy), a data do evento e uma zona editável onde se pudesse colocar o nome do participante.

Numa primeira fase de pesquisa, verificou-se o aspeto de matrículas antigas. Assim, chegou-se à conclusão de que estas têm duas particularidades em comum: uso de amarelo como fundo e números retangulares com os cantos arredondados. Nesta fase procurou-se também exemplos de bicicletas antigas de forma a usar como elemento gráfico de destaque. Consequentemente começa-se a criar o conceito.

Nesta fase, começa-se por criar um desenho vetorial, com base nos elementos de bicicletas pesquisados. Após o desenho completo, começou a pensar-se no *layout*, na estrutura da informação. Posto que as matrículas são formadas praticamente por números, decidiu-se usar esta facto a favor deste *design* (Figura 59), usando a data ao mesmo estilo que os números de matrículas antigas. O *layout* seria: o título do evento no topo, seguido da bicicleta no centro, data por baixo e, em rodapé, os patrocínios e a zona para o nome do participante.



Figura 59 - Matrícula criada para As Voltas do Pinto Infante

Fonte: Autor

A tipografia usada foi “Copperplate Gothic Bold” para o título, “18th Century” para o nome do participante, e uma variação de “Square721 BT” que acabou por ser alterado vectorialmente de forma a ter o aspeto que se procurava.

As cores usadas foram amarelo (Pantone 136 C), preto e branco. O amarelo seria usado para o fundo, o preto para todos os elementos e branco seria usado para separar a zona de patrocínios do resto.

Devido às pequenas dimensões da matrícula, 150mm x 100mm, teve que se fazer vários testes de impressão de forma a determinar quais os tamanhos a usar, de forma a haver legibilidade.

Após aprovação do cliente, o estagiário preparou o ficheiro para impressão, em PDF/X1a, tal como uma planificação de impressão para enviar para a gráfica com os tipos de letra a usar e as cores em Pantone.

4. Outras tarefas

Apesar dos projetos desenvolvidos, mencionados no ponto anterior, é tomado como importante a apresentação de outras tarefas realizadas enquanto estagiário no AMV.

Assim, serão apresentados de seguida os mesmos, sendo estes propostos pelo AMV, tal como autopropostos em alguns casos. Como título de exemplo, o estagiário propôs uma reorganização do espaço e seleção de materiais a manter, deitar para o lixo, ou até mesmo para doar. Com o intuito de aumentar a produtividade e eficiência, foram reorganizados os materiais pelo seu tipo, e doados, ou deitados fora materiais obsoletos.

Nos pontos seguintes são apresentadas outras tarefas a dignas de ser mencionadas, apesar de não se classificarem como projetos.

4.1. Aprendizagem do Adobe Illustrator

As duas primeiras semanas do estagiário no AMV, foram também a última semana de julho e a primeira de agosto. Devido à altura do ano que é, muitas empresas, incluído o atelier, esta acaba por ser uma fase em que os funcionários costumam tirar férias. Como tal, o volume de trabalho provar-se-ia diminuto.

Assim, o estagiário tomou a decisão de aprender a trabalhar no Adobe Illustrator. Apesar do CorelDraw, ferramenta usada para o mesmo efeito até à data pelo estagiário, ser uma ferramenta perfeitamente capaz de cumprir as mesmas funções, existem muitas empresas no mercado que usam o Illustrator como a sua ferramenta de desenho vetorial. Por conseguinte, tomou-se este tempo mais livre como uma oportunidade para aprender uma nova ferramenta e, consequentemente evoluir em termos de versatilidade.

Posto isto, a segunda semana do estágio foi ocupada, na maioria do tempo, pela aprendizagem deste *software*. Para tal o estagiário recorreu a tutoriais *online*, no YouTube, complementado com a ajuda do Tiago Isidro, cujo conhecimento neste *software* é bastante avançado.

A partir deste ponto todos os trabalhos, com a necessidade de serem desenvolvidos em vetores, foram criados através do Illustrator.

4.2. Website do Atelier Maurício Vieira

A envolvimento do estagiário no *website* do AMV foi importante na medida de aprendizagem: apesar deste ter ficado igual, acabou por se revelar um “miniprojecto” cheio de aprendizagens no que toca a trabalhar com o Photoshop. Denota-se que não houve alterações devido à falta de tempo do programador encarregue de gerenciar o *website* (programador este que não trabalha no atelier), e não da disponibilidade do atelier em fazer alterações.

O objetivo com a proposta da *homepage* era de simplificar o *website*, retirando informação redundante e tornando-o em algo mais baseado em imagens do que em texto, tentando manter a coerência com o resto do *website*.

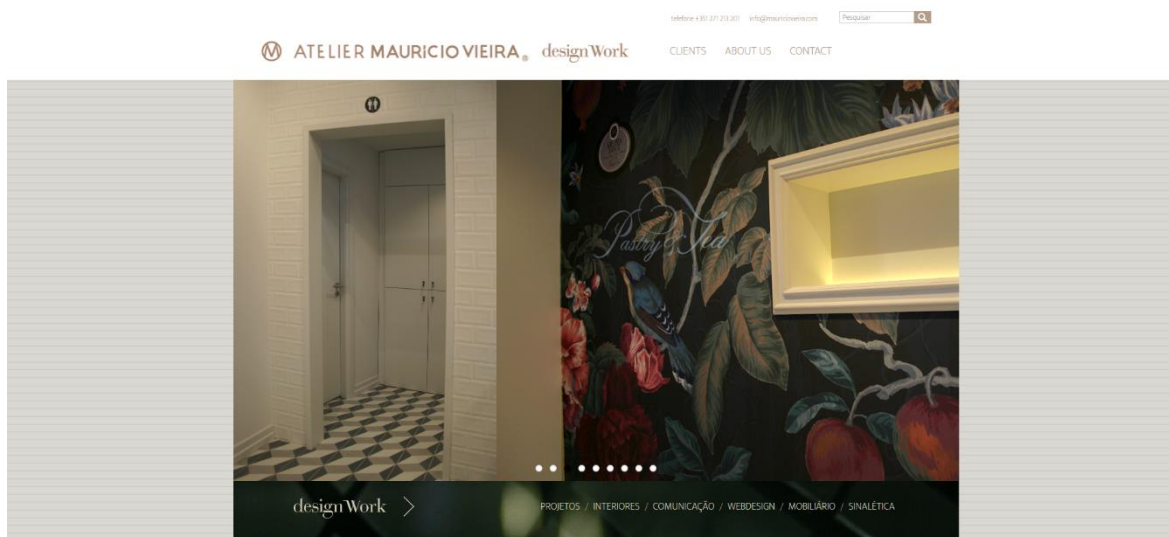


Figura 60 - Screenshot do website do AMV

Fonte: <http://www.mauriciovieira.com/atelier/>

A proposta foi criada através de *screenshots* do atual *website* (Figura 60), montados no Photoshop onde se fariam as alterações pretendidas. Esta proposta pode ser consultada no Apêndice VI.

Noutra instância o estagiário esteve, também, envolvido no site: edição de fotografias de trabalhos desenvolvidos pelo AMV e consequente upload das mesmas para o *website*. Os trabalhos em questão foram criados para a Fisiomar (interiores e sinalética), JVO Advogado (interiores), Marlene Marques (*website*) e Voud Fashion (identidade visual, estacionário e *website*).

4.3. Aplicações de vinil

Para além das aplicações referidas no ponto 3, Projetos Desenvolvidos, o estagiário, em trabalho de equipa com o Tiago Isidro, ficou encarregue de fazer a aplicação de vinil em outros quatro projetos.

No gabinete JVO Advogado foi aplicado vinil fosco em vidro e sinalética em parede (Figura 61).



Figura 61 - Aplicação de vinil no escritório de JVO Advogado

Fonte: Autor

Na clínica REFIMA foi aplicado vinil em vidro (informações legais, horários, etc.) e em madeira (sinalética de WC). Devido a restrições de tempo, não foi possível tirar um registo fotográfico da aplicação. No entanto pode-se verificar na Figura 62 aquilo que foi aplicado.



Figura 62 - Vinil aplicado na clínica Refima

Fonte: Arquivo do AMV

Numa residência privada foi aplicado vinil texturado em parede em duas ocasiões. Na primeira foi aplicado um vinil para a suite numa das paredes (dividido em três partes) e um vinil numa das paredes da sala (dividido em quatro partes). Na segunda foi colocado vinil nas duas casas-de-banho da residência: no WC 1 foi colocado vinil numa das paredes e na coluna adjacente, no WC 2 foi colocado vinil que passava de uma parede para outro (fazendo um ângulo de 90°). Por questões de privacidade, posto que é uma residência privada, as fotos das aplicações não faram parte deste relatório.

Na Taverna da Matilde foi aplicado vinil perfurado num dos vidros exteriores, vinil texturado numa das paredes (dividido em quatro partes), como se verifica na Figura 63, e foram feitos retoques em vinil existente no local (com cola quente e pistola de ar quente para tornar o vinil mais maleável).



Figura 63 - Aplicação de vinil texturado em parede da Taverna da Matilde

Fonte: Autor

4.4. Folha de Tarefas e Folha de Cliente

De forma a tornar o processo de *briefing* com o cliente, foi proposto ao estagiário a criação de uma “Folha de Cliente” (Apêndice VII). Esta tinha como objetivo facilitar o processo de anotação do objetivo do cliente, qual o seu público-alvo, o tipo de projeto, tal como as suas informações, contactos e o prazo definido para a conclusão do mesmo. Esta tinha também o objetivo de facilitar o processo legal do envio de *newsletter* (caso o cliente assinasse, aceitaria receber no seu correio eletrónico).

Não obstante, foi pedido ao estagiário para criar também uma “Folha de Tarefas” (Apêndice VIII). Estas tinham o intuito de serem distribuídas aos elementos da equipa, de forma a ter organizado as tarefas que cada tinha a seu encargo.

4.5. Plano de atualizações informáticas

Com vista em deixar a sua marca e ajudar à produtividade e eficiência nos trabalhos do AMV, o estagiário propôs ao atelier melhor a “qualidade de vida” no que toca a trabalho de computador.

Assim, o estagiário propôs criar um plano de *upgrade* dos computadores, sem grande investimento. Este plano passaria por:

- limpeza de computadores, ou até formatação se necessário;
- troca dos discos rígidos, de HDD para SSD;
- escolha de *software* e orçamento, tendo em conta as necessidades da empresa.

Por conseguinte, o computador Windows do atelier foi formatado, enquanto os dois computadores iMac foram limpos e atualizados para o seu mais recente sistema operativo. Não obstante os dois iMac levaram um novo disco SSD cada.

No que toca ao *software* foi criado um plano e orçamento:

- seriam adquiridas duas licenças do Adobe Illustrator e do Photoshop, para cada um;
- seria adquirida uma licença do SketchUp Pro, tal como uma licença do V-Ray for SketchUp, ferramenta a usar para todos os trabalhos que envolvam 3D.

REFLEXÃO FINAL

Com o término de uma das fases académicas mais importantes à vista, é necessário e essencial fazer um balanço do percurso efetuado para chegar a este ponto.

Os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Comunicação Multimédia, de “mãos dadas” com aprendizagens autodidatas, provam-se fundamentais para avançar para um contexto profissional na área. O estágio curricular, embutido no programa de unidades curriculares do curso, permite a qualquer discente esta primeira experiência de trabalho, com relativa facilidade.

Para efetuar o estágio curricular, é de extrema importância a escolha do local onde se realiza o mesmo. Esta escolha deve ser tomada tendo consciência do tipo de trabalho que se pode desenvolver.

Assim, foi escolhido o Atelier Maurício Vieira para efetuar o estágio curricular, sendo esta decisão tomada devido ao tipo de serviços que a empresa providencia, juntamente com uma análise do seu portefólio. Assumidamente, o estagiário pretende seguir o seu rumo profissional focado na área de *design* gráfico. Neste sentido, o local escolhido iria ao encontro das expectativas e objetivos. Por conseguinte, surgiria a possibilidade de desenvolver conhecimentos nesta área, aprendendo novo *software* (Adobe Illustrator) e cimentando, e elevando, os conhecimentos já adquiridos em Adobe Photoshop. Esta experiência provar-se-ia também essencial no contacto com o cliente, na identificação dos seus objetivos, gostos pessoais, orçamento, prazos, etc.

O início de um estágio curricular de três meses pode ser algo receoso, pela incerteza: “será que foi feita a escolha certa?”, “será que irei ter trabalhos para apresentar?”. Todas essas dúvidas seriam dissipadas, de imediato, sendo o estagiário acolhido na equipa do atelier prontamente e começando logo a trabalhar em *design* gráfico. Com mais trabalhos, aumentaria a confiança, melhorava o *feedback* e consequentemente as responsabilidades e o tipo de trabalhos que eram propostos. A adaptação ao espaço e à equipa não foi de todo uma “tarefa”, mas sim algo que aconteceu facilmente e com naturalidade.

Este início permitiu ao estagiário e o seu supervisor, Maurício, criar um plano de estágio que permitia aprender, mas também cumprir com as necessidades da empresa e de responder com eficácia às necessidades dos seus clientes.

Os três meses de estágio foram, sem sombra de dúvida, uma experiência positiva. Para além das aprendizagens e conhecimentos adquiridos a nível profissional, o estágio ajudou a evoluir e a enriquecer em termos pessoais. Foi, na perspetiva do estagiário, um período benéfico para ambas as partes, empresa e estagiário.

Assim, desejo o melhor a toda a equipa do atelier e que possamos trabalhar de novo no futuro.

BIBLIOGRAFIA

- Ambrose, G. & Harris, P. (2010). *Design Thinking*. Lausana: AVA Publishing SA.
- Egan, J. (2007). *Marketing communications*. London: Thomson Learning.
- Gonzalez, P. (2010). *Teoria y Practica de la Publicidad Impresa*. Valência: Campgrafic.
- Gordon, B., & Gordon, M. (2005). *The complete guide to digital graphic design*. London: Thames e Hudson.
- Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação empresarial as relações públicas na gestão*. Lisboa: Texto Editora.
- Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P. & Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing* (10^a ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Munari, B. (2013). *Design e Comunicação Visual* (2^a ed.). Lisboa: Edições 70.
- Perez, C.; Farina, M.; & Bastos, D. (2006). *Psicodinâmica das cores em comunicação* (5^a ed.). São Paulo: Editora Edgard Blücher.
- Costa, J. (2011). *Design para os olhos: Marca, cor, identidade e sinalética* (1^a ed.). Lisboa: Dinalivro.
- Sampaio, R. (2002). *Marcas de A a Z*. Rio de Janeiro: Campos.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team* (3^a ed.). Nova Jérícia: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Zabalza, M. A. (2015). *O estágio e as práticas em contextos profissionais na formação universitária* (1^a ed.). São Paulo: Cortez Editor

ANEXOS

Lista de Anexos

Anexo 1: Plano de Estágio

Anexo 2: Cronograma de Estágio

Anexo I
Plano de Estágio

 IPG Politécnico da Guarda Polytechnic of Guarda	PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP 004 05 Ano Letivo ____ / ____
---	---	---

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.

Escola:	<input type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH
Tipologia:	<input type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____	
Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____				
Informação adicional (se aplicável)				
Designação	_____			
Ano curricular:	_____	Semestre:	_____	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES
 Estudante: _____ N.º de estudante: _____
 Docente orientador(a): _____
 Supervisor(a)/Tutor(a): _____

2. PLANO DE TRABALHO

— Apoio no desenvolvimento de trabalhos de comunicação gráfica.

— Aplicação dos conhecimentos gráficos à produção de produtos de divulgação da do/da, município, vizinho — newsletter / redes sociais, / web site / outros.

— Produção de produtos de comunicação para empresa, aplicação dos mesmos em contextos próprios a que se destinam.

— Apoio à equipa de trabalho do Atelier Mavalavizinho nas suas diferentes vertentes — Design de Ambientes / Comunicação / Produto / Gráfica e outros —

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante _____ (assinatura)	O(A) Docente Orientador(a) _____ (assinatura)	O(A) Supervisor(a)/Tutor(a): _____ (assinatura e carimbo)
--	--	--

Anexo II
Cronograma de Estágio

[illegible]

APÊNDICES

Lista de Apêndices

Apêndice I: *Newsletter* – ANAFRE

Apêndice II: *Website* – ANAFRE

Apêndice III: Estacionário – GestDados

Apêndice IV: Página Ilustrativa – Projeto Guarda Sem Desperdício 2018

Apêndice V: Medalhas de Bom Comportamento – Marlene Marques

Apêndice VI: *Website* – Atelier Maurício Vieira

Apêndice VII: Folha de Cliente – Atelier Maurício Vieira

Apêndice VIII: Folha de Tarefas – Atelier Maurício Vieira

Apêndice I
Newsletter - ANAFRE



ANAFRE CONGRATULA-SE COM PROMULGAÇÃO DA LEI DAS FINANÇAS LOCAIS E DESCENTRALIZAÇÃO

Pedro Cegonho, presidente da Anafre, avisa que a entidade vai "acompanhar a concretização da repartição de recursos" para assegurar que correspondem às novas responsabilidades e competências.

A Associação Nacional de Freguesias (Anafre) congratulou-se nesta sexta-feira com a promulgação da Lei das Finanças Locais e a transferência de competências para as autarquias, sublinhando que irá acompanhar o processo para garantir que este seja "justo e claro".

Pedro Cegonho, presidente da Anafre, avisa que o organismo "irá acompanhar a concretização da repartição de recursos em cada município", para assegurar que esta "seja justa e que corresponda àquilo que são as responsabilidades que as freguesias assumam com as novas competências".

"Foram dois anos intensos de trabalho, de diálogo, propostas e contrapropostas. Congratulamo-nos por ver vertida em lei esta intenção expressa de querer seguir um caminho de descentralização de competências, quer nos municípios, quer nas freguesias", realça Pedro Cegonho em declarações à agência Lusa.



"FOI UM ACORDO HISTÓRICO AO NÍVEL DA TRANSFERÊNCIA DE COMPETÊNCIAS"

Eduardo Cabrita rejeita as críticas à descentralização e garante que não há nenhuma Inconstitucionalidade. Adverte que o processo "não se esgota em 2019" e elogia Costa, Marcelo, Rêgo, a ANMP e a Anafre.



ALDEIAS VÃO TER PLANOS DE EVACUAÇÃO, LOCAIS DE REFÚGIO E OFICIAL DE SEGURANÇA

"Programa Aldeias Seguras" é apresentado nesta segunda-feira e envolve Protecção Civil, câmaras municipais e Juntas de freguesia.

© 2018 ANAFRE - Associação Nacional de Freguesias

Clique aqui para alterar as definições de e-mail ou para cancelar a subscrição dos e-mails da ANAFRE - Associação Nacional de Freguesias

Contactos:
E-mail: anafre@anafre.pt | Telefone: (+351) 218 438 390 | Fax: 218 438 399

ANAFRE - Associação Nacional de Freguesias, Palácio da Mitra, Rua do Açúcar, nº 56, 1950-009 Lisboa, Portugal



PROJETO FINANCIADO POR:



Apêndice II
***Website* - ANAFRE**



MENU

INÍCIO
ANAFRE
ASSOCIADOS
NOTÍCIAS

ASSOCIE A SUA FREGUESIA

MAPA DAS FREGUESIAS

ÁREA DA FREGUESIA ASSOCIADA

ACEDA A TODOS OS SERVIÇOS DA FREGUESIA ASSOCIADA

Endereço de e-mail

Palavra-passe

AUTENTICAÇÃO

[Novo registo](#)
[Esqueceu-se de palavra-passe?](#)



DIA MUNICIPAL PARA A IGUALDADE 2018 -
INSCREVA JÁ A SUA INICIATIVA
DFSFSDF



LEI DAS FINANÇAS LOCAIS - LEI Nº 51/2018,
DE 16 DE AGOSTO



FREGUESIAS + EFICIENTES - FREGUESIAS
PELA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA!

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO DO PANUSPF 2013-2018

FREGUESIAS + EFICIENTES - FREGUESIAS
PELA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA!

NOTÍCIAS

[RSS](#)



PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL...
A HISTÓRIA POR CONTAR

APOIO JURÍDICO E CONTABILÍSTICO

[PERGUNTAS FREQUENTES](#)
[LEGISLAÇÃO](#)
[INFORMAÇÃO TÉCNICA](#)
[DOCUMENTAÇÃO](#)
[PARECERES](#)

PROTOCOLOS

[ANPC - ANMP - ANAFRE](#)
[UNIVERSIDADE ABERTA](#)
[ORDEM DOS ADVOGADOS](#)
[CENTRO NACIONAL DE CULTURA](#)
[DECO](#)


FORMAÇÃO

[PLANO DE FORMAÇÃO 2018/2019](#)





PLANO DE AJUSTAMENTO URBANÍSTICO
DE MEIRINHAS

CONTACTOS

 Palácio da Mitra
Rua do Açúcar, nº 56
1950-009 LISBOA

 anafre@anafre.pt

 Tel.: 218 438 390

 Fax: 218 438 399

 **FACEBOOK**

 **PORTAS ÚTEIS**



NEWSLETTER

Para receber a newsletter da ANAFRE clique [aqui](#)



CONTRATAÇÃO PÚBLICA

Consulte [aqui](#)



PROJETO FINANCIADO POR:



Apêndice III
Estacionário - GestDados



Apêndice IV
Página Ilustrativa - Projeto Guarda Sem Desperdício 2018

O QUE COLOCAR NO COMPOSTOR

CASTANHOS ricos em carbono

relva



restos de
hortaliça



legumes



borras
de café



restos
de fruta



restos de
plantas



sacos
de chá



cereais



ramos
pequenos



palha
e feno



relva e
erva seca



aparas de
madeira
e serradura



cinzas de
madeira

migalhas
de pão



cascas
de ovos



VERDES ricos em azoto

O QUE NÃO COLOCAR NO COMPOSTOR

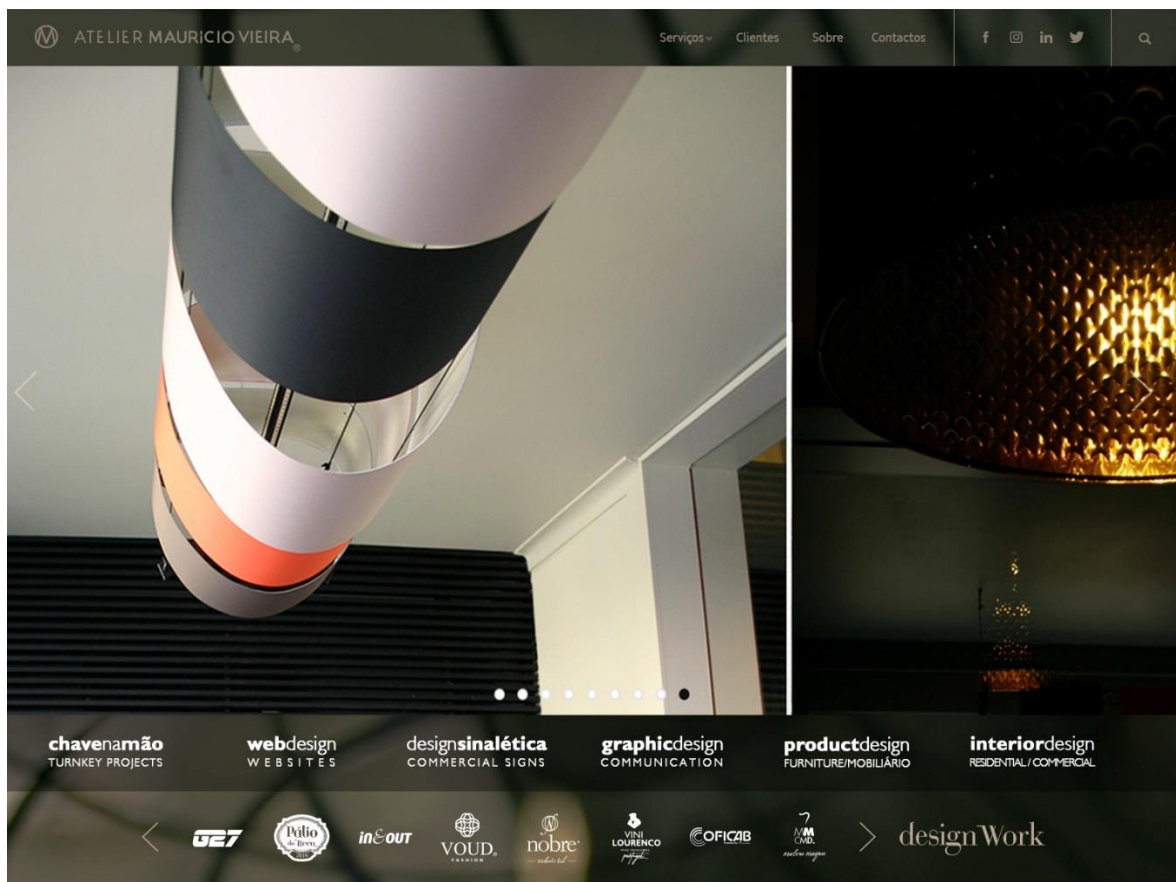
comida cozinhada
beatas de cigarros
carne, peixe e marisco
cinzas de carvão mineral
excrementos de animais domésticos
materiais não orgânicos (vidro, plástico e metal)

ossos e espinhas
óleos e gorduras
lacticínios

Apêndice V
Medalhas de Bom Comportamento – Marlene Marques



Apêndice VI
***Website* – Atelier Maurício Vieira**



since 1989 / our history

desde 1989 since 1989

os últimos 27 anos the latest 27 years

UM POUCO DE HISTÓRIA do Atelier Mauricio Vieira sobre design de comunicação, publicidade, criação de marcas, design de interiores, decoração, design de produto, sinalética, embalagem, stands etc



designWork

Atelier Mauricio Vieira
Rua António Sérgio,
N 49, 2 DTO
6300-665 Guarda Portugal

+351 271 213 201
info@mauriciovieira.com
mauriciovieira@mauriciovieira.com

GPS
Latitude N 40 32.178
Longitude W 7 15.732

cofinanciado por
CENTRO
União Europeia
Fundação Europeia de Desenvolvimento

Copyright © 2018 Atelier Mauricio Vieira

Apêndice VII
Folha de Cliente – Atelier Maurício Vieira

CLIENTE

Entidade:

Contacto:

Tipo de trabalho:

Sobre:

MARCA

Público-alvo:

Personalidade / Valores:

Objetivos:

DIREÇÃO CREATIVA

Conceito:

Items a incluir:

REFERÊNCIAS

Apêndice VIII
Folha de Tarefas – Atelier Maurício Vieira

Nome:

[illegible]