

2025

**BEATRIZ FILIPA
DOS SANTOS
MARTINS PEREIRA
PALMEIRIM**

RELATÓRIO DE ESTÁGIO
Propostas de Design Espacial para Valorização de
Produtos e Identidade de Marca

2025

**BEATRIZ FILIPA
DOS SANTOS
MARTINS PEREIRA
PALMEIRIM**

RELATÓRIO DE ESTÁGIO
Propostas de Design Espacial para Valorização de
Produtos e Identidade de Marca

Relatório de Estágio apresentado ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Produto e do Espaço realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Diamantino Abreu, Professor Auxiliar do IADE.

Dedico este trabalho à minha mãe, pela força incansável com que me empurra sempre em frente e me inspira a alcançar mais.

Ao meu pai, por estar presente nos momentos difíceis e ajudar a tornar tudo mais leve.

À minha irmã, pela sua presença constante e incondicional.

Aos meus avós, por serem sempre uma escuta atenta e fonte de conselhos sábios.

Ao meu orientador, pelo acompanhamento e orientação fundamentais ao longo deste percurso.

E à empresa Intergesso, por me ter acolhido de forma tão generosa e permitido crescer enquanto designer durante esta experiência marcante.

Obrigado.

agradecimentos

Começo por agradecer a várias pessoas, às quais gostaria de expressar a minha profunda gratidão, pois sem o seu apoio e incentivo, a realização deste trabalho não teria sido possível.

Agradeço à minha família, pela paciência, incentivo constante e amor incondicional ao longo de todo este percurso. A vossa presença foi essencial para que eu me mantivesse firme nas fases mais exigentes.

À tutora de estágio, San Ho Loureiro, agradeço pela oportunidade de realizar este estágio na Intergesso e pela confiança depositada em mim. As conversas semanais e as direções claras foram fundamentais para o desenvolvimento dos projetos aqui apresentados. À equipa da Intergesso e da Coral Atelier, deixo o meu reconhecimento pela colaboração, simpatia, pela partilha de conhecimentos técnicos e artísticos valiosos e pelo tempo que partilhamos juntos.

Por fim, agradeço ao meu orientador académico, Professor Doutor Diamantino Abreu, pela orientação rigorosa, sugestões pertinentes e apoio contínuo ao longo deste processo de investigação e escrita. A sua orientação foi crucial para o amadurecimento deste trabalho.

palavras-chave

cenografia; exposição de produtos; identidade visual; design de produtos; showroom; experiência do utilizador.

resumo

Este relatório de estágio descreve o processo de desenvolvimento de propostas de design para um showroom e uma sala de atendimento para a empresa Intergesso e sua sub-marca Coral Atelier. O objetivo principal foi aplicar conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos no Mestrado em Design de Produto e do Espaço à criação de espaços funcionais, imersivos e representativos da identidade da marca.

O trabalho inclui uma investigação aplicada que sustentou as decisões projetuais, especialmente no que diz respeito à curadoria das peças de gesso e à sua exposição espacial. A proposta final foi fundamentada em referências do design de interiores, da cenografia e da experiência do utilizador, resultando em soluções que reforçam o posicionamento das marcas e a experiência dos seus clientes. O relatório apresenta ainda uma análise crítica das dificuldades, soluções encontradas e aprendizados adquiridos durante o estágio.

Keywords

Scenography; product display; visual identity; product design; showroom; user experience.

abstract

This internship report describes the development process of design proposals for a showroom and a customer service area for the company Intergesso and its sub-brand Coral Atelier. The main objective was to apply theoretical and technical knowledge acquired during the Master's in Product and Space Design to the creation of functional, immersive spaces that reflect the brand's identity.

The work includes applied research that supported the design decisions, particularly regarding the curation of plaster pieces and their spatial arrangement. The final proposal was grounded in references from interior design, scenography, and user experience, resulting in solutions that strengthen the brand positioning and enhance the customer experience. The report also presents a critical analysis of the challenges faced, solutions developed, and lessons learned throughout the internship.

Índice

1.0. Introdução.....	p.05
2.0. Escolha do Estágio na Empresa Intergesso.....	p.06
3.0. Estrutura do Relatório.....	p.07
4.0. Procedimento Metodológico.....	p.07
5.0. O Estágio.....	p.08
5.1. Âmbito do Estágio.....	p.08
5.2. Localização.....	p.08
5.3. Duração.....	p.09
5.4. Empresa - Realidade Constatada.....	p.09
5.5. Tutoria.....	p.10
5.6. Equipa e Estrutura Funcional da Intergesso.....	p.11
6.0. Objetivos e Questões de Investigação.....	p.12
6.1. Objetivo Geral.....	p.12
6.2. Objetivos Específicos.....	p.12
6.3. Questões de Investigação.....	p.13
7.0. A Empresa.....	p.13
7.1. Identidade.....	p.13
7.2. Missão e Visão.....	p.13
7.3. Principais Valores.....	p.14
7.4. Estrutura e Organização.....	p.14
7.5. Público-Alvo e Clientes.....	p.14
7.6. Atuação no Mercado.....	p.15

8.0. Contexto Teórico.....	p.15
8.1. A Função e o Contexto do Showroom.....	p.15
8.2. Layout Funcional e Fluxo de Circulação.....	p.15
8.3. Narrativa Visual e Valorização do Produto.....	p.16
8.4. Design de Imersão e Cenografia.....	p.16
8.5. Iluminação e Ambientes Sensoriais.....	p.17
8.6. Materiais Naturais, Sustentabilidade e Ecologia.....	p.17
8.7. Identidade da Marca e Branding.....	p.18
8.8. Psicologia e Comportamento do Cliente.....	p.18
8.9. Exemplos e Estudos de Caso.....	p.18
9.0. Atividade de Investigação Aplicada: Validação da Estratégia de Design.....	p.19
9.1. Fundamentos e Justificação da Investigação.....	p.19
9.2. Metodologia e Relevância.....	p.19
9.3. Aplicação nos Projetos de Design.....	p.20
9.4. Conclusão e Validação do Design.....	p.20
10.0. Projetos de Estágio.....	p.21
10.1. Showroom Geral da Marca Intergesso.....	p.21
10.1.1. Contextualização do Projeto.....	p.21
10.1.2. Situação Inicial.....	p.22
10.1.3. Objetivos.....	p.25
10.1.4. Análise do Espaço.....	p.25
10.1.5. Conceito do Design.....	p.26
10.1.6. Desenvolvimento da Proposta.....	p.28
10.1.7. Entrega Final da Proposta e Materiais Técnicos.....	p.37

10.1.8. Reflexão Final.....	p.38
10.1.9. Imagens 3D do Projeto Final.....	p.39
10.2. Atendimento ao Cliente de Coral Atelier.....	p.42
10.2.1. Contextualização do Projeto.....	p.42
10.2.2. Situação Inicial.....	p.43
10.2.3. Objetivos.....	p.47
10.2.4. Análise do Espaço.....	p.48
10.2.5. Conceito do Design.....	p.49
10.2.6. Desenvolvimento da Proposta.....	p.50
10.2.7. Entrega Final da Proposta e Materiais Técnicos.....	p.53
10.2.8. Reflexão Final.....	p.54
10.2.9. Imagens 3D do Projeto Final.....	p.55
11.0. Considerações Finais.....	p.59
12.0. Lista de Figuras.....	p.60
13.0. Bibliografia.....	p.62
14.0. Anexos.....	p.65

1.0. | Introdução

Este relatório, elaborado no âmbito do Mestrado de Design de Produto e Espaço do IADE - Universidade Europeia, descreve a experiência de estágio realizado na empresa Intergesso - Elementos decorativos em gesso, como foco no design de espaço e produtos, no período de 01 de Outubro de 2024 a 16 de Janeiro de 2025.

Neste contexto, este trabalho envolve o estudo sobre temas inter-relacionados com o indivíduo, o consumo e o design para a sustentabilidade, na perspetiva da criação de ambientes de exposição e atendimento no setor da construção e decoração. O foco recai no uso de gesso como material principal, abordando-se a sua aplicação no desenvolvimento de um showroom, de uma sala de reuniões e de duas zonas de atendimento, bem como no desenho de expositores funcionais e esteticamente integrados.

Foi elaborada uma análise comparativa, com base em fontes bibliográficas, entre a evolução do design de espaços expositivos e a integração de soluções sustentáveis, destacando-se o papel do gesso como alternativa leve, reciclável e de baixo impacto ambiental. O estudo reflete sobre as estratégias de design espacial e de produto para comunicar sustentabilidade, bem como sobre a necessidade de ampliação das capacidades do design na criação de ambientes comerciais mais conscientes e alinhados com os valores das marcas.

Nesse contexto, esta investigação procura contribuir para o entendimento dos aspetos de sustentabilidade na conceção de showrooms corporativos, considerando toda a cadeia de decisões no início do processo criativo e projetual — desde a seleção de materiais e definição do layout até à configuração dos sistemas de exposição. Analisa-se também o impacto dessas decisões no desempenho funcional e comunicacional do espaço, bem como nos custos associados à produção e manutenção dos elementos criados.

O objetivo principal deste relatório é apresentar o processo de desenvolvimento do showroom da empresa Intergesso, incluindo os desafios enfrentados na resolução de problemas de concepção, as definições tomadas quanto aos materiais, à organização espacial e à funcionalidade dos expositores, e ainda o acompanhamento da execução e montagem dos elementos projetados.

2.0. | Escolha do Estágio na Empresa Intergesso

A decisão de realizar o estágio na Intergesso surgiu da vontade de aprofundar o conhecimento prático em design de produto e espaço, através da participação ativa em todas as etapas do desenvolvimento de ambientes corporativos e expositivos. A oportunidade de colaborar com uma empresa especializada na criação de elementos decorativos sustentáveis em gesso, como a Intergesso, permitiu vivenciar na prática os desafios e as soluções do design aplicado a contextos reais.

Durante o estágio, o foco principal foi o desenvolvimento de um showroom, de uma sala de reuniões e de uma sala de atendimento, bem como a concepção de mesas e expositores personalizados em gesso. Esta experiência permitiu aplicar os conteúdos teóricos do Mestrado em Design de Produto e Espaço, especialmente no que diz respeito ao layout funcional, à narrativa visual e à integração de materiais naturais e ecológicos no ambiente construído.

O design de ambientes comerciais e institucionais, especialmente showrooms, exige uma abordagem centrada na experiência do utilizador, considerando tanto os aspetos sensoriais como emocionais do espaço (Pine & Gilmore, 1999). Segundo Schmitt (2003), o design experiencial não se limita à função, mas visa criar envolvimento, significado e memória através do espaço. Neste contexto, a Intergesso proporciona um exemplo relevante de como o design pode comunicar identidade de marca, sofisticação e sustentabilidade.

Além disso, o uso do gesso — um material natural, reciclável e com excelente desempenho térmico e acústico — reforça a importância da sustentabilidade no design contemporâneo (Chapman, 2005; Spence, 2020). A escolha de materiais ecológicos e duráveis está alinhada com práticas conscientes que reduzem o impacto ambiental e promovem uma estética atemporal e

sofisticada, como defende Papanek (1985) ao afirmar que o design deve ser uma ferramenta ética e socialmente responsável.

Portanto, a realização deste estágio foi essencial não apenas para consolidar competências técnicas, mas também para estimular a criatividade, o pensamento crítico e a sensibilidade estética, contribuindo para uma atuação mais consciente e inovadora no campo do design de interiores e exposições.

3.0. | Estrutura do Relatório

O presente relatório organiza-se em quatro partes principais. A primeira parte corresponde à Introdução, que contextualiza a motivação pela escolha do estágio na empresa Intergesso, justifica a relevância do tema “Design de espaço aplicado a showrooms e atendimento comercial” e apresenta o enquadramento do estágio realizado. São descritas a metodologia adotada, a localização, os objetivos definidos e o funcionamento da empresa acolhedora.

A segunda parte refere-se à contextualização teórica que sustenta o trabalho desenvolvido. Neste segmento, são abordados conceitos fundamentais como o papel do showroom no comportamento do consumidor, o design imersivo, a valorização dos produtos através da cenografia e layout, a influência da iluminação, a construção da narrativa visual e a importância da sustentabilidade na escolha de materiais. Esta secção sustenta a prática do design espacial e de produto aplicada à realidade do setor do gesso.

A terceira parte apresenta os projetos realizados no decorrer do estágio, incluindo as fases de planeamento, desenvolvimento e implementação do showroom, sala de atendimento, sala de reuniões e peças expositivas em gesso. Esta secção inclui ainda uma atividade de investigação aplicada que analisa como o tamanho das obras influencia a sua perceção visual e impacto no espaço expositivo.

4.0. | Procedimento Metodológico

Tratando-se de um relatório de estágio, a metodologia adotada foi de observação participante, complementada com pesquisa qualitativa aplicada ao design de espaço expositivo. A recolha de dados deu-se através de registos fotográficos, esquemas técnicos, simulações 3D e reuniões com

a equipa criativa da Intergesso. Esta abordagem permitiu o acompanhamento direto de cada etapa do processo de conceção e montagem dos espaços e produtos desenvolvidos.

Além disso, foi integrada uma investigação aplicada que teve como objetivo compreender a relação entre o tamanho das obras em gesso e a sua perceção espacial no showroom. Para isso, realizaram-se: Levantamentos dimensionais do espaço e das peças produzidas; ensaios de disposição com modelos 3D, testando diferentes escalas e posicionamentos; análises comparativas entre soluções minimalistas e concentradas versus disposições espaçadas e cenográficas e observações do comportamento dos visitantes durante visitas experimentais.

A análise partiu da premissa de que o equilíbrio visual entre objeto e espaço pode reforçar (ou anular) a leitura estética, simbólica e funcional da peça em exposição. Foram usados como referência os princípios de escala, proporção e contraste no design de interiores (Ching, 2012; Lupton, 2023), bem como conceitos de experiência do utilizador aplicados ao espaço (Pine & Gilmore, 1999).

5.0. | O Estágio

5.1. | Âmbito do Estágio

No âmbito do Mestrado em Design de Produto e Espaço, o estágio na empresa Intergesso – Elementos Decorativos Naturais em Gesso teve como principal objetivo a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos na formação académica, com enfoque no desenvolvimento de soluções espaciais e expositivas integradas, utilizando o gesso como material central.

Durante o estágio, que decorreu entre 1 de outubro de 2024 e 16 de janeiro de 2025, o foco principal consistiu no planeamento e conceção do showroom institucional da Intergesso, bem como das salas de atendimento e reuniões da sede da empresa Coral Atelier. Para além da arquitetura de interiores, o trabalho incluiu o desenho e desenvolvimento de expositores e mobiliário funcional em gesso, com destaque para soluções sustentáveis, personalizadas e coerentes com a identidade visual da marca.

5.2. | Localização

A Intergesso encontra-se localizada em R. Quinta do Vale das Rolas, Cucena, Paio Pires, 2840-100 Seixal, Portugal, onde está implantada a sua unidade produtiva e sede administrativa. O showroom e os espaços de atendimento desenvolvidos durante o estágio estão inseridos nesta infraestrutura física.

5.3. | Duração

O estágio teve a duração total de 3,5 meses, sendo feito de atividades semanais de planeamento, levantamento, modelação 3D, desenvolvimento de layout, escolha de produtos, ensaios com iluminação, sinalética e narrativa visual.

5.4. | Empresa - Realidade Constatada

Durante o estágio na Intergesso, foi possível observar de forma direta as dinâmicas organizacionais, produtivas e comerciais da empresa, em particular nos eixos Humano, Gestão e Comercialização. Esta observação empírica permitiu compreender melhor a cultura da organização e as suas práticas operacionais, bem como os desafios e potencialidades do seu modelo de funcionamento.

O ambiente de trabalho na Intergesso revelou-se profundamente criativo, colaborativo e informal. A cultura organizacional favorece a partilha de ideias e a comunicação aberta, refletindo uma valorização do processo artesanal e da inovação coletiva. A equipa é de pequena dimensão, com uma média de três pessoas por departamento, o que permite uma comunicação fluida e uma forte articulação entre áreas práticas e administrativas. Nos setores operacionais — como o atelier de criação e produção — existe uma clara divisão de funções, permitindo especialização e eficiência. Já nas áreas administrativas, como atendimento ao cliente, secretariado e comunicação, os colaboradores quando necessário são capazes de desempenhar funções multifacetadas, conseguindo assumir diferentes responsabilidades consoante as necessidades do momento. Esta flexibilidade demonstra um modelo funcional dinâmico e adaptável, valorizado em estruturas de pequena escala. A empresa realiza reuniões com frequência e promove formações sempre que é necessário introduzir novas técnicas ou práticas criativas, mostrando uma atitude proativa na capacitação contínua da sua equipa. Durante o estágio, a interação com artesãos foi regular e informal, especialmente no contexto do

desenvolvimento de uma nova coleção de candeeiros, em que foi promovido um ambiente de simulação entre estagiário a fazer de cliente e a equipa técnica.

A gestão da Intergesso caracteriza-se por um modelo centralizado, no qual a maior parte das decisões estratégicas e operacionais é tomada por San Ho, CEO da empresa. Ainda assim, esse modelo é sustentado por uma estrutura bem organizada, com processos internos definidos para orçamentação, aprovação e produção de projetos, sobretudo nos casos de encomendas personalizadas. A organização do trabalho é assegurada por meio de ferramentas de gestão que incluem reuniões periódicas, utilização de cronogramas, softwares para planeamento e comunicação constante por e-mail. Esta metodologia contribui para uma coordenação eficiente entre os departamentos, apesar da sua dimensão reduzida. Em termos de sustentabilidade, esta é uma preocupação expressa tanto no discurso da direção como em diversas práticas observadas, desde a escolha de materiais até à reutilização criativa de moldes e componentes na produção.

A estratégia de comercialização da Intergesso assenta numa presença multicanal, combinando vendas físicas e digitais. A empresa disponibiliza um catálogo físico e um catálogo digital no seu website, o que permite alcançar uma clientela diversificada. A sede da empresa funciona como showroom para as peças mais populares, enquanto um segundo showroom móvel é utilizado para exibir produtos personalizados em locais públicos e eventos estratégicos. A Intergesso opera com base em dois modelos: venda direta de stock e produção sob encomenda, sobretudo no caso de projetos específicos para arquitetos e construtores. Clientes particulares, por sua vez, tendem a adquirir produtos através da loja online, demonstrando uma segmentação eficaz dos canais de venda. Durante o estágio, foram observadas iniciativas relevantes no domínio do marketing e da promoção, incluindo o início do redesenho do catálogo institucional, o desenvolvimento de uma nova coleção de candeeiros com design personalizável e a implementação de estratégias de fidelização através de descontos para clientes regulares que adquirem em grandes quantidades.

5.5. | Tutoria

O estágio foi realizado sob a tutoria da profissional San Ho, a CEO da Intergesso, responsável por acompanhar diretamente o desenvolvimento do projeto de showroom e dos demais espaços corporativos. As reuniões com a tutora ocorreram duas vezes por semana, sendo fundamentais para a validação das ideias propostas, correções de percurso e definição de requisitos específicos

solicitados pela empresa. Durante estes encontros, foram discutidas as soluções adotadas para o layout do espaço, seleção de materiais, função dos expositores, escala das peças, iluminação e identidade visual do showroom. A tutora teve um papel ativo na orientação do processo, determinando as direções a ser seguidas e apontando elementos que não deviam ser incluídos, com o objetivo de manter a coerência com os valores da marca e as exigências funcionais do espaço. Esta tutoria regular permitiu alinhar o projeto aos padrões estéticos e operacionais da Intergesso, promovendo uma aprendizagem prática centrada na interação direta com as necessidades reais da empresa.

5.6. | Equipa e Estrutura Funcional da Intergesso

A Intergesso é composta por uma equipa multidisciplinar distribuída por diferentes departamentos especializados, que asseguram o desenvolvimento, produção, comercialização e gestão dos seus produtos e serviços de qualidade. A seguir, descreve-se a estrutura funcional da empresa:

O Atelier de Criação e Produção é a parte responsável pela criação dos elementos decorativos em gesso, assim como pela conservação e restauro de peças artísticas, sendo da Intergesso ou do Coral Atelier. Estes colaboradores, três pessoas durante a duração do estágio, destacam-se pela aptidão para trabalhos manuais e atenção ao detalhe. O principal objetivo deste departamento é preservar a arte do gesso e desenvolver projetos personalizados de elevada qualidade, com acabamento refinado e expressão artística.

O Departamento de Armazém e Logística tem como responsabilidades a gestão de stocks, o controlo de inventário, a organização do espaço de armazenamento e a coordenação de entregas. Este setor, composto por três pessoas, é essencial para o funcionamento fluido da produção e distribuição, sendo liderado por profissionais com experiência em logística, capacidade de liderança e domínio de normas de segurança e higiene no trabalho.

O Departamento Comercial e de Atendimento ao Cliente é responsável pelo desenvolvimento e manutenção de redes de contactos com arquitetos, designers de interiores, empresas de construção e clientes particulares. Este departamento, composto por duas pessoas, assegura o acompanhamento dos projetos desde o primeiro contacto até à entrega das peças, elaborando

propostas comerciais e fornecendo suporte técnico. Os colaboradores apresentam experiência em vendas, fluência em línguas estrangeiras e sensibilidade para as tendências do design de interiores, bem como capacidade para interpretar desenhos técnicos.

O Departamento Administrativo e Secretariado, composto por duas pessoas, realiza a gestão administrativa da empresa, prestando apoio transversal às diversas áreas funcionais. Este setor garante o bom funcionamento interno através da organização de processos, controlo documental e apoio à direção.

A Liderança e Gestão da empresa está a cargo de San Ho Loureiro, CEO da Intergesso, cuja atuação se destaca pela aposta contínua na sustentabilidade, inovação e excelência artesanal. A abordagem de gestão promovida por San Ho é centrada na colaboração ativa entre os diferentes setores da empresa, valorizando a cocriação entre designers, artesãos e clientes para o desenvolvimento de soluções verdadeiramente personalizadas e alinhadas com a identidade da marca.

6.0. | Objetivos e Questões de Investigação

6.1. | Objetivo Geral

Compreender, praticar e expandir as competências do designer na concepção de ambientes expositivos e corporativos sustentáveis, com foco na valorização do gesso como material ecológico, expressivo e funcional no contexto do design de interiores.

6.2. | Objetivos Específicos

Participar ativamente no planeamento e execução de um showroom institucional, desde o conceito até à montagem; desenvolver o design de peças personalizadas de mobiliário e expositores em gesso, considerando princípios de sustentabilidade, ergonomia e impacto visual; aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos no mestrado à prática profissional, nomeadamente em layout, cenografia, iluminação e narrativa visual; investigar a relação entre escala das peças expostas e a sua perceção no espaço, através de simulações visuais, maquetes digitais e

observação do público; integrar uma lógica de design centrado no utilizador e na experiência do cliente em showroom e refletir sobre o papel do designer como agente de valorização da marca através da espacialidade.

6.3. | Questões de Investigação

- Como o design do showroom influencia a perceção dos produtos em gesso por parte do visitante?
- De que forma o tamanho e posicionamento das peças expostas afeta a legibilidade, impacto e compreensão do seu valor estético ou funcional?
- Em que medida o design imersivo e a iluminação estratégica contribuem para a experiência e retenção de memória do visitante?

7.0. | A Empresa

7.1. | Identidade

Intergesso é uma empresa portuguesa fundada em 1999, especializada na criação, inovação e distribuição de elementos decorativos naturais em gesso. Com sede em Paio Pires, Seixal, tornou-se referência nacional e internacional na produção artesanal de peças sofisticadas e sustentáveis para decoração e arquitetura. O core da empresa é a valorização do gesso enquanto material nobre, ecológico e versátil, aplicado à criação de molduras, colunas, ornamentos, nichos, sancas, relevos, esculturas e expositores decorativos, tanto para contextos residenciais como institucionais e comerciais. Além disso, a Intergesso integra o Coral Atelier, um estúdio de design personalizado voltado para o desenvolvimento de peças exclusivas, de elevado valor artístico, muitas vezes criadas para hotéis de luxo, espaços patrimoniais ou projetos de autor.

7.2. | Missão e Visão

A missão da Intergesso é promover a sustentabilidade e a inovação no setor da decoração, aliando a tradição do trabalho manual com técnicas contemporâneas de design. A empresa

procura minimizar o impacto ambiental dos seus processos, optando por o gesso, um material reciclável, de prática de produção consciente e embalamento cuidadoso.

A visão da Intergesso é ser um ponto de referência na preservação da arte do gesso enquanto meio expressivo, estético e funcional — atuando como ponte entre o património e a modernidade, entre a arte e a arquitetura.

7.3. | Principais Valores

- Sustentabilidade: uso de materiais naturais, redução de desperdício e valorização do ciclo de vida das peças.
- Excelência artesanal: peças feitas à mão com elevado controlo de qualidade.
- Personalização: desenvolvimento de projetos à medida.
- Inovação formal e funcional: conjugação entre tradição e contemporaneidade.
- Cocriação: trabalho colaborativo entre designers, artesãos, arquitetos e clientes.

7.4. | Estrutura e Organização

A Intergesso é constituída por uma equipa multidisciplinar composta por designers, arquitetos, artesãos e técnicos de produção. A sua estrutura divide-se em três núcleos principais: o Departamento de Produção e Restauração, responsável pela execução artesanal das peças, moldagem, acabamento e tratamento; o Departamento de Design e Projetos, envolvido na criação de novos produtos, layout de showrooms, design de mobiliário e acompanhamento de obras e a Coral Atelier, subunidade criativa vocacionada para peças únicas personalizadas e projetos de grande complexidade técnica ou histórica.

7.5. | Público-Alvo e Clientes

O público-alvo da Intergesso inclui arquitetos e designers de interiores que procuram soluções personalizadas de alta qualidade; empresas de construção civil e reabilitação de património, com interesse na aplicação de molduras, colunas, tetos trabalhados e outros detalhes clássicos, proprietários residenciais e comerciais que pretendem introduzir elementos decorativos sofisticados e sustentáveis nos seus espaços; instituições culturais e hotéis históricos, para os

quais a Intergesso desenvolve projetos de reabilitação ou produção de réplicas com valor artístico e entusiastas de artes e decoração manual, através da produção de peças únicas.

7.6. | Atuação no Mercado

Com presença consolidada em Portugal e crescente expansão internacional, a Intergesso destaca-se por oferecer um modelo de negócio orientado à cocriação, com soluções adaptáveis a cada cliente, seja através da sua linha de catálogo, seja por encomenda personalizada. Projetos emblemáticos como o restauro do símbolo centenário da Ordem dos Farmacêuticos, o Rossio Quarter em Lisboa, ou o Waterfalls Heritage Hotel, exemplificam a capacidade técnica e artística da empresa para atuar em contextos exigentes. A empresa mantém ainda uma forte aposta no design de experiência, procurando através dos seus showrooms de modo a comunicar os valores e a essência do seu trabalho com impacto visual, emocional e sensorial.

8.0. | Contexto Teórico

8.1. | A Função e o Contexto do Showroom

O showroom contemporâneo deixou de ser um simples espaço de exposição de produtos para tornar-se uma plataforma de experiência sensorial e comunicação institucional (Pine & Gilmore, 1999; Schmitt, 2003). Ele atua como um ponto estratégico de contato entre marca e cliente, com papel crucial na construção da imagem da empresa, contribuindo para o fortalecimento da identidade visual e narrativa (Bárions Produções, n.d.; Borghini et al., 2010).

No contexto de empresas como a Intergesso e a Coral Atelier, o showroom cumpre dupla função: apresenta a expertise técnica da empresa e funciona como espaço de acolhimento e negociação, integrando também zonas de atendimento e reunião. Nestes casos, os ambientes devem ser projetados para refletir tanto os valores da marca quanto para gerar confiança, diálogo e personalização (StartSe, n.d.; Rock Content, 2021).

8.2. | Layout Funcional e Fluxo de Circulação

A definição clara das funções dos diferentes ambientes (showroom, recepção e reunião) permite estabelecer fluxos adequados, zonas de permanência e áreas de destaque. Um layout eficiente garante conforto, orientação espacial intuitiva e apoio à tomada de decisão do visitante (Ambrose & Harris, 2011; Bitner, 1992). No showroom, o percurso deve ser fluido, com pontos focais visuais em locais estratégicos. Já na sala de atendimento, a disposição dos elementos (bancada, bancos, painéis expositivos) precisa facilitar a interação cliente-consultor. Na sala de reuniões, o mobiliário deve promover concentração e diálogo (Underhill, 2009).

A introdução de elementos modulares e móveis multifuncionais permite adaptar os espaços para diferentes necessidades, aumentando a longevidade e versatilidade do projeto (Arquiter, 2022; Desenhado, 2024).

8.3. | Narrativa Visual e Valorização do Produto

A construção de uma narrativa visual coerente entre os ambientes reforça a mensagem da marca e a proposta de valor dos produtos. No showroom, isso pode ser feito por meio da curadoria das peças, agrupamento temático ou por estilos e a criação de sequências que guiam o visitante pela história da empresa (Lupton, 2023; Fog et al., 2010).

Na sala de atendimento, a narrativa é mais institucional: o espaço deve comunicar competência, exclusividade e criatividade. Elementos como murais texturizados, fotos institucionais ou painéis de técnicas promovem essa comunicação simbólica. A lógica de storytelling ajuda a transformar os ambientes em verdadeiras jornadas do cliente, com momentos de descoberta, foco e reflexão (Zelanski & Fisher, 2011; O'Doherty, 1999).

8.4. | Design de Imersão e Cenografia

O design imersivo é um recurso fundamental para impactar emocionalmente os visitantes. Ele é construído através da cenografia, texturas, elementos visuais tridimensionais, som, aroma e iluminação (Falk & Dierking, 2013; Howard, 2009). Aplicado a um showroom ou uma sala de recepção, ele pode criar atmosferas que remetem ao universo simbólico da marca.

No caso da Coral Atelier, por exemplo, o tema marinho foi utilizado para criar uma ambientação inspirada em algas e recifes, transmitindo leveza, criatividade e fluidez. A cenografia não é meramente estética: ela reforça os valores da marca e convida à co-criação (Vanguard Blog, 2024; Spence, 2020).

8.5. | Iluminação e Ambientes Sensoriais

A iluminação exerce papel central na percepção do espaço e dos produtos. Deve ser adaptada à função de cada zona: no showroom, spots diretos podem destacar peças de destaque, enquanto luz difusa cria conforto visual; nas salas de reunião, iluminação neutra estimula a concentração; na recepção, luz quente promove acolhimento (Cuttle, 2003; Zumtobel, 2019).

A integração de luz natural é recomendada sempre que possível, com cuidado para evitar ofuscamentos. Em salas com pouca luz natural, a escolha correta da temperatura de cor e da distribuição da luz é essencial para compensar a ausência de claridade (Fayad, 2016; Artemide, s.d.).

8.6. | Materiais Naturais, Sustentabilidade e Ecologia

A escolha consciente dos materiais reflete os compromissos éticos da marca. O uso do gesso, por exemplo, além de estar ligado à identidade histórica da Intergesso, também se destaca por ser um material natural, reciclável e de baixa pegada ecológica (Sabina Design, 2023; Viva Decora, 2024).

Em ambientes de atendimento e reunião, materiais sustentáveis como madeira de reflorestamento, tintas ecológicas e mobiliário modular aumentam o conforto ambiental e comunicam responsabilidade ecológica (Chapman, 2005; Grupo MB, 2023). A iluminação natural, ventilação cruzada e controle passivo de temperatura contribuem para a eficiência energética do espaço (Prisma CSE, 2023).

8.7. | Identidade da Marca e Branding

Cada ambiente projetado – showroom, recepção ou sala de reuniões – deve reforçar a identidade visual da marca. Isso se dá através da escolha de cores, tipografias, materiais e linguagem formal (Kingmaker, n.d.; Landa, 2010). A Coral Atelier, por exemplo, incorpora o tema aquático na sua ambientação para comunicar personalização, leveza e fluidez. A integração entre o espaço físico e os demais canais da marca (site, catálogo, redes sociais) forma uma estratégia omnichannel de branding coerente e imersiva (ActiveCampaign, 2023; Fog et al., 2010).

8.8. | Psicologia e Comportamento do Cliente

O design de ambientes influencia diretamente o comportamento do consumidor, a sua percepção de valor e o tempo de permanência. Espaços bem projetados despertam curiosidade, confiança e facilitam a tomada de decisão (Kotler & Armstrong, 2017; Schmitt, 2003). No showroom, o foco é gerar encantamento visual; na recepção, acolhimento e escuta; na sala de reunião, seriedade e foco. Cada ambiente deve ser desenhado para induzir o estado emocional mais adequado à interação que ocorre ali (Chapman, 2005; Almeida et al., 2020).

8.9. | Exemplos e Estudos de Caso

Estudos de Caso como Apple, IKEA e Tesla demonstram a eficácia do design de ambientes na construção de marca e fidelização do cliente. A Apple projeta as suas lojas como extensões dos seus produtos: limpas, precisas, modernas (Apple, s.d.). A IKEA encena ambientes completos que convidam à experimentação e permanência (IKEA, 2023) e a Tesla transforma o seu showroom em um centro educacional e de experimentação do futuro (Tesla, s.d.).

Estes exemplos servem como referência para a criação de espaços funcionais, simbólicos e estrategicamente eficazes nos projetos da Intergesso e da Coral Atelier.

9.0. | Atividade de Investigação Aplicada: Validação da Estratégia de Design

Este capítulo procura demonstrar como a atividade de investigação aplicada desenvolvida no contexto académico serviu de suporte teórico-prático para justificar as decisões tomadas nos projetos de design apresentados no relatório. A investigação focou-se em avaliar o impacto do posicionamento das obras em espaços expositivos, na experiência dos visitantes e explorando fatores como interpretação, perceção estética, acessibilidade e interação visual.

9.1. | Fundamentos e Justificação da Investigação

Esta atividade foi realizada devido à necessidade de compreender como o layout e a disposição das peças nos showrooms influenciam a experiência sensorial e cognitiva do público. Partiu-se da hipótese de que a organização espacial afeta diretamente a leitura das peças, a circulação do visitante e o envolvimento com a marca, especialmente em ambientes que integram funções de exposição, atendimento e reunião.

Este estudo foi essencial para comprovar que o design aplicado no showroom da Intergesso, assim como nos espaços do Coral Atelier, não apenas responde a critérios estéticos, mas reflete práticas fundamentadas na análise do comportamento do visitante, alinhando-se ao conceito de “design baseado em evidências” (Bitgood, 2013; Falk & Dierking, 2013).

9.2. | Metodologia e Relevância

O estudo combinou métodos qualitativos e quantitativos, incluindo observação participante, entrevistas com visitantes, mapeamento de fluxo, mapas de calor e questionários semiestruturados. Foram analisados fatores como o impacto do layout na circulação intuitiva; os efeitos da iluminação geral e dirigida na interpretação das obras; a construção de uma narrativa visual coesa através do posicionamento e a experiência imersiva gerada por agrupamentos e espaçamentos estratégicos.

Este protocolo foi essencial para fundamentar as escolhas projetuais desenvolvidas durante o

estágio, nomeadamente: a curadoria visual das peças de gesso em zonas temáticas no showroom; a definição de percursos fluídos que estimulam a descoberta sequencial; a criação de zonas de foco visual e respiro espacial para valorizar peças de grande escala; a utilização de iluminação dirigida (spots e luz ambiente) para reforçar texturas e detalhes e a escolha de materiais e mobiliário que não competissem visualmente com os produtos.

9.3. | Aplicação nos Projetos de Design

A investigação influenciou diretamente a configuração dos ambientes desenhados para o estágio, conforme descrito nos capítulos seguintes:

- Showroom da Intergesso: A disposição das peças nas paredes foi repensada com base nos princípios de legibilidade, proporção e contraste. A organização temática dos elementos e a integração de espaços de circulação livre foram validadas pelas observações feitas em visitas experimentais.
- Sala de Atendimento da Coral Atelier: A proposta de zonas de contacto visual direto com o produto e painéis texturizados integrados ao layout segue o princípio da conversa visual entre as peças, como sugerido pela investigação.

9.4. | Conclusão e Validação do Design

A atividade de investigação permitiu transformar hipóteses projetuais em decisões fundamentadas e alinhadas com os comportamentos reais de usufruto espacial. A experiência dos visitantes nos espaços desenvolvidos demonstrou coerência com os resultados esperados da pesquisa, nomeadamente:

- Melhor orientação e permanência nos espaços com percursos intuitivos;
- Maior valorização de obras com iluminação adequada e espaçamento equilibrado;

- Reações positivas à organização temática e narrativa das peças.

Assim, a investigação aplicada serviu como validação metodológica para as soluções de design apresentadas, confirmando a eficácia do projeto como resposta aos objetivos iniciais da te

10.0. | Projetos de Estágio

10.1. | Showroom Geral da Marca Intergesso

10.1.1. | Contextualização do Projeto

O projeto de design do showroom da Intergesso surgiu como uma das principais atividades propostas para o estágio curricular, sendo definido desde o início como parte integrante do plano de trabalho. A proposta partiu da própria empresa, como resposta à necessidade de renovação e reposicionamento da marca no contexto da celebração dos seus 25 anos de existência. A Intergesso reconheceu a importância de atualizar os seus espaços institucionais como forma de reforçar a sua identidade e presença no mercado, alinhando os valores de tradição, excelência artesanal e sustentabilidade com a linguagem visual contemporânea. Neste sentido, o showroom principal da sede foi selecionado como foco prioritário de intervenção. Este showroom funciona como espaço de demonstração física das capacidades produtivas da empresa, reunindo uma amostra significativa dos produtos da empresa. A sua função é apresentar, inspirar e convencer arquitetos, designers de interiores, construtores e clientes particulares, através de uma exposição das obras, das técnicas aplicadas e da qualidade dos acabamentos. A renovação do showroom constituiu, assim, um desafio com duplo valor: funcional, ao reorganizar o espaço para melhor servir a comunicação com o cliente; e simbólico, ao inovar a imagem da Intergesso num contexto mais moderno. O desenvolvimento deste projeto integrou várias fases — do levantamento do espaço ao estudo da circulação, seleção de peças, criação de mobiliário expositivo, definição de linguagem visual e proposta de layout — que serão descritas nas secções seguintes.

10.1.2. | Situação Inicial

Ao chegar, o showroom da Intergesso apresentava-se como um espaço pouco funcional e visualmente desorganizado, com diversas limitações tanto a nível espacial como expositivo. A área destinada à exposição das peças correspondia a uma divisão retangular, de características semelhantes a uma garagem, com três lados fechados e uma parede frontal parcialmente aberta — equipada com uma porta dupla e grades metálicas ao longo da parte superior, permitindo alguma entrada de luz natural. O showroom contia todas as peças que a empresa é capaz de produzir e reproduzir, incluindo exemplares individuais, coleções completas e lançamentos recentes. A única exceção era o conjunto de peças personalizadas. As peças estavam agrupadas por categorias e tipos de produto, distribuídas principalmente pelas paredes de acordo com o seu tamanho. Contudo, o espaço apresentava um conjunto de problemas significativos que comprometiam a eficácia da exposição: a iluminação era praticamente inexistente, sem qualquer tipo de luz artificial instalada; a disposição dos produtos gerava excesso visual e dificultava a perceção individual de cada peça; muitas peças estavam sobrepostas nas paredes, com molduras grandes cobrindo parcialmente molduras menores, impedindo a leitura clara das formas e detalhes; existiam prateleiras metálicas altas, com peças desorganizadas e pouco visíveis, criando corredores apertados e sombrios, sem fluxo de circulação coerente; diversas peças estavam empilhadas no chão, reduzindo drasticamente o espaço de movimento e tornando o ambiente visualmente confuso e pouco apelativo; não havia coerência visual ou hierarquia expositiva, o que dificultava a compreensão das diferentes tipologias, estilos ou aplicações dos produtos. Em termos funcionais, o espaço não cumpria eficazmente o seu papel de showroom: não valorizava os produtos, não facilitava a navegação dos visitantes e não refletia a identidade estética nem os valores da marca. Este diagnóstico tornou clara a necessidade de uma reformulação profunda do layout, iluminação, organização e narrativa visual do espaço — aspetos que foram tidos em conta nas fases seguintes do projeto.



Figura nº 01 / Parede Artificial de Sancas Premium

Fonte: o autor



Figura nº 02 / Coleção de Apliques Históricos

Fonte: o autor



Figura nº 03 / Parede da Direita (exposição de sancas)

Fonte: o autor



Figura nº 04 / Apliques - Showroom

Fonte: o autor

10.1.3. | Objetivos

A reformulação do showroom da Intergesso teve como principais metas a valorização estética do espaço expositivo e a melhoria da experiência do visitante, através de uma abordagem mais estratégica, funcional e coerente com a identidade visual da marca. Estes objetivos foram inicialmente propostos pela estagiária, enquanto estagiária, e validados posteriormente pela tutora San Ho, que aprovou as diretrizes gerais para a intervenção. Entre os objetivos específicos definidos, destacam-se em melhorar a exposição das peças, criando um ambiente mais apelativo, organizado e visualmente limpo, que permita destacar a riqueza de detalhes e a qualidade artesanal dos produtos; organizar os produtos em zonas temáticas e narrativas, de forma a facilitar a leitura e compreensão do catálogo da empresa, dividindo por tipos de peça, estilos decorativos ou ambientes de aplicação (ex.: clássico, moderno, barroco, histórico); criar um percurso fluido e lógico dentro do espaço, permitindo que o visitante navegue o showroom de forma natural e veja a totalidade das peças sem obstáculos e sem sobreposições; integrar zonas de foco, com destaque para os produtos premium ou novidades, onde a apresentação visual reforça o seu valor estético e simbólico idem transformar o espaço num reflexo da identidade da marca. Estes objetivos guiam todas as etapas do processo de design, desde o levantamento do espaço até à proposta final de layout, sendo aprofundados nas secções seguintes com a descrição detalhada das soluções implementadas.

10.1.4. | Análise do Espaço

O primeiro passo prático para o desenvolvimento do projeto de design do showroom consistiu na observação direta do espaço e no levantamento das suas condições físicas e funcionais. Esta fase foi realizada em conjunto com a tutora San Ho, que partilhou com a estagiária as suas intenções gerais para o espaço, incluindo as áreas que gostaria de manter, reorganizar ou eliminar. Durante essa visita inicial, foram discutidas as possibilidades de layout, incluindo sugestões como a localização ideal para a mesa de receção, e foram feitos esboços rápidos para registar as primeiras ideias propostas. Do ponto de vista técnico, o único recurso fornecido foi uma planta simplificada de topo, com a indicação da área total em metros quadrados, o que se revelou insuficiente para a precisão necessária ao desenvolvimento do layout. Por esse motivo, foi necessário realizar um levantamento manual das medidas do espaço, utilizando uma fita

métrica para registar o comprimento, a largura, a altura das paredes e a incidência da luz natural. Durante esta etapa, enfrentei diversas dificuldades no processo de medição, uma vez que o showroom se encontrava completamente ocupado por peças de gesso, muitas delas volumosas, longas ou empilhadas, o que impedia o acesso direto aos cantos e superfícies completas. O teto, por sua vez, apresentava uma inclinação, sendo a parede de fundo visivelmente mais alta, o que também teve de ser registado cuidadosamente.

As medidas recolhidas foram posteriormente transferidas para o programa Adobe Illustrator, onde foram desenhadas representações em 2D das paredes, que serviram de base para a distribuição das peças a serem mantidas ou reorganizadas. Esta abordagem permitiu visualizar e testar propostas de composição visual ao longo das superfícies verticais do showroom.

Simultaneamente, foi feita a documentação fotográfica do espaço, com o intuito de captar referências para análise posterior, e apoiar o desenvolvimento das ideias formais e funcionais do projeto. Também foi construído um modelo tridimensional com base nas medidas levantadas e nas diretrizes definidas, de forma a simular a disposição dos elementos e o percurso do utilizador. Durante esta fase, ficou definido que todos os elementos de mobiliário existentes no espaço, como prateleiras metálicas e pedestais, seriam removidos, por decisão da tutora San Ho, de modo a criar um espaço mais limpo, coerente e eficaz do ponto de vista expositivo. A análise e levantamento do espaço foram, portanto, fundamentais para compreender as limitações e potencialidades do local, permitindo avançar com uma proposta de design sólida e ajustada às condições reais.

10.1.5. | Conceito do Design

A definição do conceito de design do showroom surgiu da conjugação entre a proposta inicial da estagiária e a visão estratégica da tutora San Ho. O objetivo era criar um espaço que fosse simultaneamente funcional e representativo da identidade renovada da empresa. A proposta inicial partia da ideia de um layout museológico, com um ambiente mais sóbrio, neutro e clássico, onde cada peça pudesse ser exposta com clareza e destaque individual, conferindo-lhe um carácter quase escultórico e intemporal. Esta abordagem pretendia valorizar a tradição artesanal da marca, acentuando a sofisticação das peças através de um enquadramento minimalista e elegante, inspirado na estética de galerias e museus de arte. No entanto, após

discussão com San Ho, foi estabelecido que a linguagem pretendida para o novo showroom deveria afastar-se do tradicionalismo e procurar uma imagem mais moderna, inovadora e até eclética, refletindo uma marca mais aberta à experimentação e à contemporaneidade. A tutora manifestou o desejo de introduzir mais cor e dinamismo no espaço, sugerindo a criação de composições cromáticas que reforçassem a diversidade formal e o potencial decorativo das peças.

Este diálogo entre visões diferentes conduziu à reformulação do conceito expositivo, procurando encontrar um equilíbrio entre modernidade e sofisticação, tradição e ousadia visual. O conceito final baseou-se na ideia de criar uma experiência visual envolvente, com zonas cromaticamente diferenciadas, mas coerentes, onde as peças em gesso — de diferentes estilos e tamanhos — pudessem ser valorizadas em grupos organizados por temas, usos ou linguagem estética. Assim, o showroom passou a ser pensado não apenas como um espaço de exposição, mas como um instrumento ativo de comunicação da marca, que convida o visitante a explorar, descobrir e imaginar as possibilidades decorativas das peças da Intergesso em contextos modernos, personalizados e criativos.

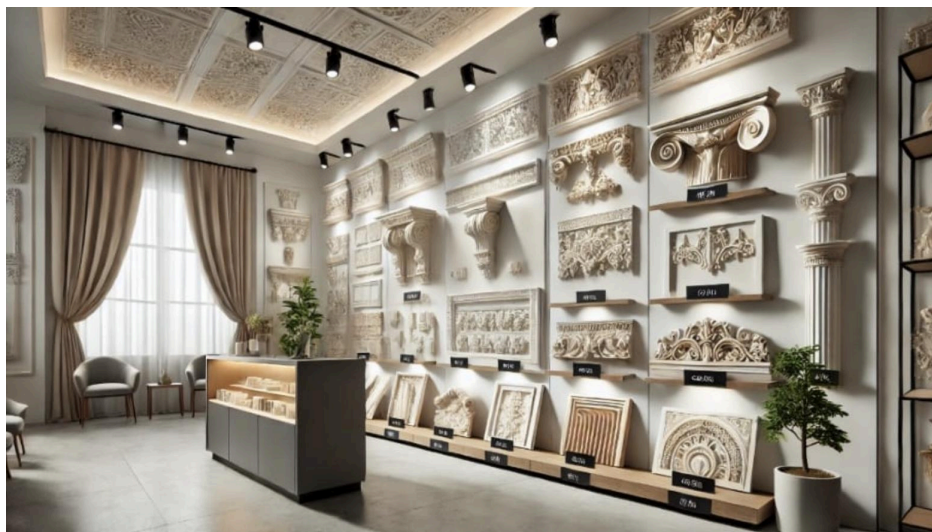


Figura nº05 / Inspiração para Showroom

Fonte: o autor

10.1.6. | Desenvolvimento da Proposta

Fase 1 | Levantamento Funcional

O desenvolvimento do design para o showroom da Intergesso teve início com uma fase de recolha de dados e análise funcional, sustentada por referências teóricas sobre práticas de exposição em ambientes comerciais. Como base de apoio, consultámos autores como Kotler e Armstrong (2017), que reforçam que o ambiente de exposição deve contar uma história visual coerente e envolvente para estimular o consumidor e reforçar a marca. Paralelamente, foi-nos dado acesso a uma folha de cálculo em Excel com todos os produtos disponíveis na Intergesso, com as suas características técnicas, categorias e estilos. Ao longo de várias semanas, San Ho — tutora e diretora da empresa — foi seleccionando os produtos prioritários a incluir no novo showroom. Durante esse processo, idem o estudo de uma das categorias mais representativas da empresa: as sancas. Estas peças são diversas em estilo, escala e detalhe, e existem em grande quantidade, sendo por isso ideais para estruturar uma lógica de organização e classificação do espaço.

Fase 2 | Conceptualização e Estratégia de Curadoria

Com base no levantamento de produtos e no espaço disponível (medido manualmente, devido à ausência de plantas detalhadas e às dificuldades de acesso entre peças empilhadas), foram criadas representações vetoriais 2D no Illustrator das paredes do showroom. Nestas representações, simulei o posicionamento das sancas e outros elementos, criando uma base visual para testes de layout e composição. Foi proposto — e aprovado por San Ho — que todas as sancas fossem cortadas com 50 cm de comprimento, uma vez que não eram vendidas diretamente no showroom, mas apenas expostas para referência. Isso permitiu posicioná-las horizontalmente na parede, melhorando a sua leitura formal e poupando espaço. As sancas foram então organizadas por categorias visuais: Clássico, Moderno, Floral/Barroco e Premium. Esta abordagem segue o princípio de agrupamento narrativo e temático defendido por Ambrose & Harris (2011), que referem que a categorização visual facilita a perceção e memorização dos produtos expostos. Foi ainda adotada a estratégia de design experiencial sugerida por Schmitt (2003), ao criar zonas

focais (highlight areas) e zonas de circulação mais livres e intencionais, para favorecer o fluxo dos visitantes e orientar sua atenção.

Fase 3 | Prototipagem Digital e Modelação 3D

Com os dados recolhidos no local e após a validação dos produtos a serem incluídos no showroom, foi desenvolvido um modelo 3D no qual se pôde simular o espaço disponível, os fluxos de circulação e a posição exata de cada peça. Este modelo baseou-se em medições feitas manualmente e posteriormente traduzidas para representações em 2D (via Adobe Illustrator) e 3D, permitindo uma visualização precisa da volumetria das peças, da sua distribuição espacial e do impacto visual geral. A disposição dos produtos no showroom da Intergesso foi cuidadosamente planeada com base em princípios de narrativa visual, funcionalidade e hierarquização perceptiva, seguindo três critérios fundamentais:

1. Divisão temática e estilística das peças, agrupando sancas, frisos e apliques por estilos (Clássico, Barroco, Moderno, Premium), o que cria coerência visual e facilita a comparação entre tipologias similares;
2. Sequência de percurso fluida, guiando o cliente desde a entrada até às zonas de maior destaque, com base na teoria da "jornada do visitante" aplicada ao retalho e espaços expositivos;
3. Valorização da luz natural, posicionando as peças com mais detalhes e impacto visual junto às fontes naturais de luz – neste caso, a parede lateral direita foi escolhida para as sancas por beneficiar da maior iluminação natural, o que reforça a sua leitura visual.

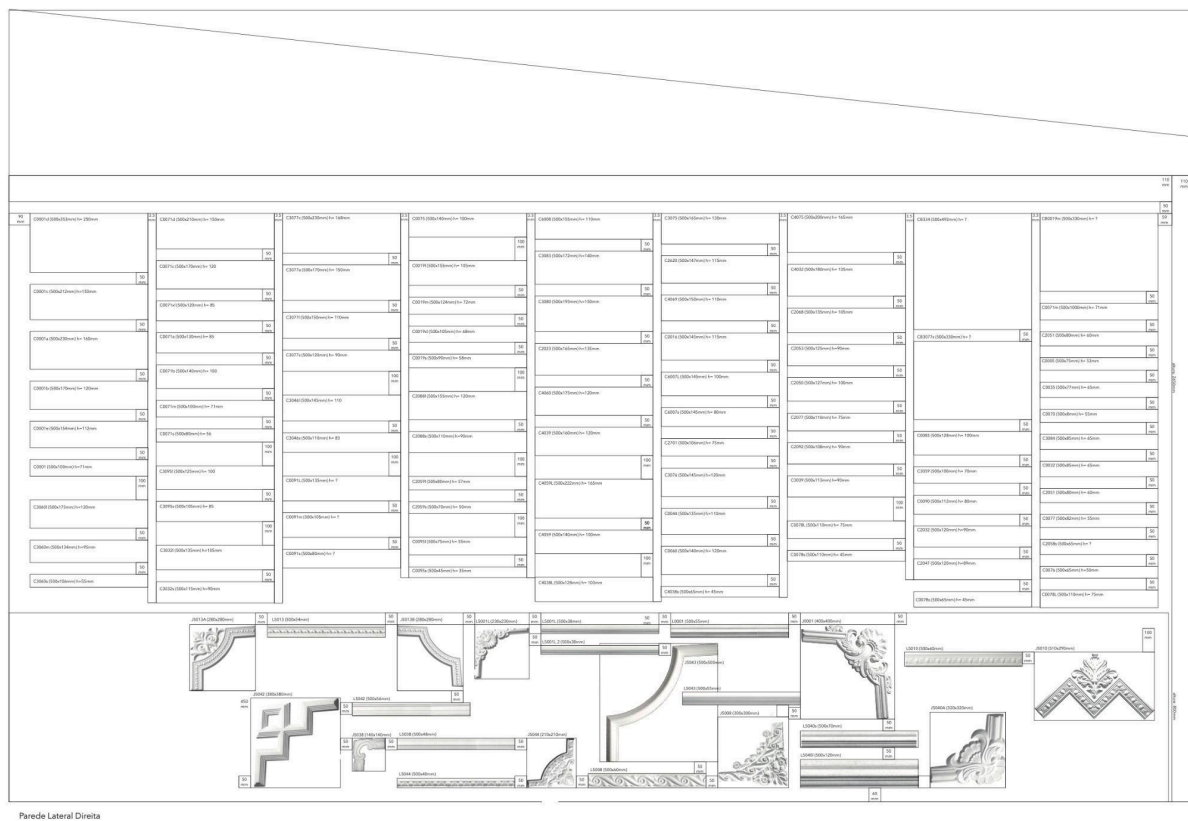


Figura nº06 / Divisão das sancas e frisos na parede lateral direita

Fonte: o autor

Fase 4 | Design de Expositores e Mobiliário Complementar

Devido à falta de espaço de parede para expor todas as tipologias, foi necessário desenhar expositores verticais e modulares, como pilares com sancas e frisos nas faces e estruturas abertas que permitissem visibilidade parcial através de perspectiva e luz — uma estratégia recomendada por Bell & Ternus (2012) para criar fluidez em espaços pequenos sem comprometer a densidade expositiva. Foram também criados expositores cúbicos, com painéis transparentes de fibra de vidro no topo para suportar apliques, e painéis laterais para aplicações menores. A opção pela fibra de vidro em vez de vidro prendeu-se com fatores de segurança e peso, mantendo a transparência visual. Para a zona de descanso, foram desenhados bancos cúbicos simples e uma

mesa baixa minimalista, respeitando a estética moderna e funcional desejada por San Ho. Tal como defende Chapman (2005), a simplicidade formal e a durabilidade material são fatores que aumentam a empatia e longevidade emocional do design.

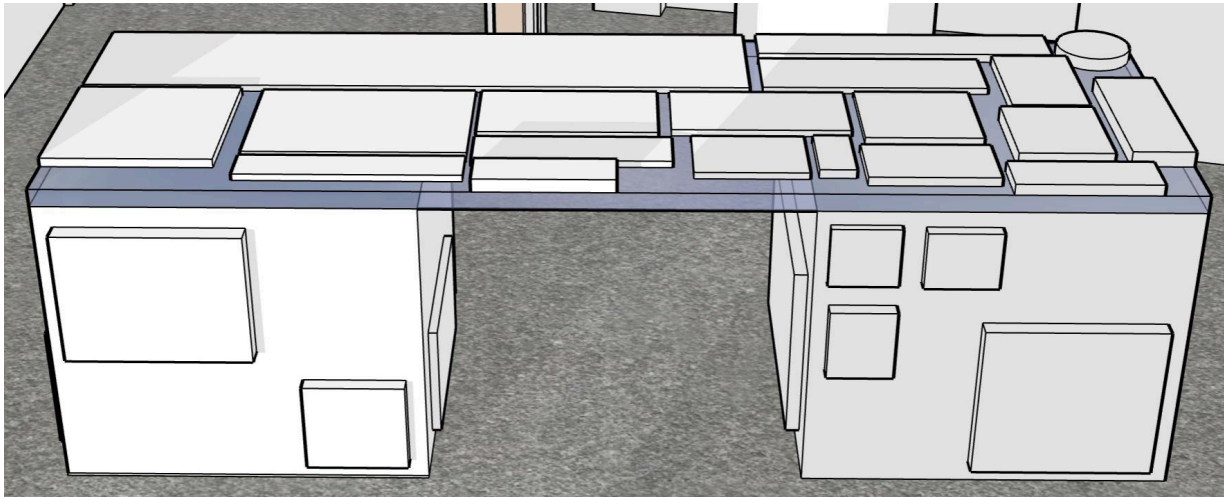


Figura nº07 / expositor modular

Fonte: o autor



Figura nº08 / Imagem 3D do disporitor (lado)

Fonte: o autor

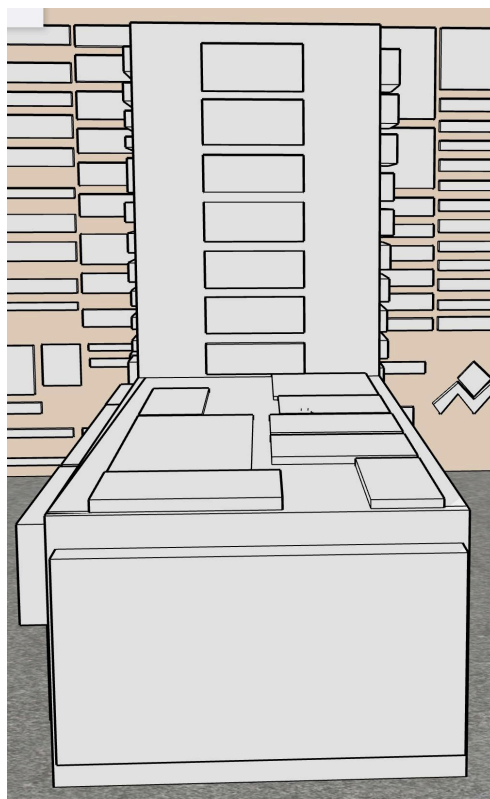


Figura nº09 / Imagem 3D do disporitor (frente)

Fonte: o autor

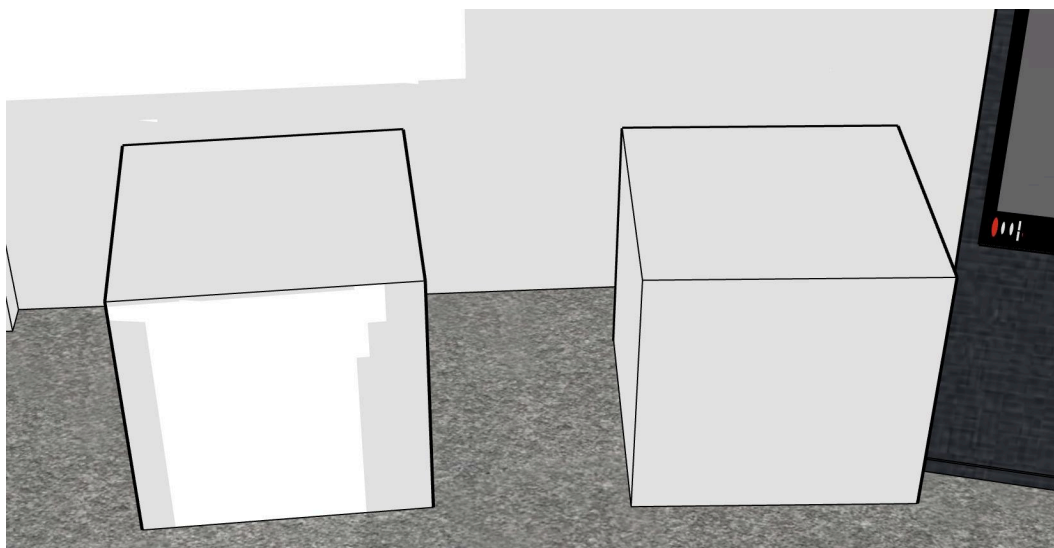


Figura nº10 / Imagem 3D dos bancos cúbicos

Fonte: o autor

Fase 5 | Design do Teto: Segmentação e Cenografia

Atendendo ao pedido de San Ho para destacar a vertente decorativa de tetos — uma das áreas em que a Intergesso mais se distingue - o teto do showroom foi dividido em quatro secções, cada uma com um design distinto: Clássico, Barroco, Moderno e Eclético. Para cada secção, foram criadas composições com aros, rosetas e apliques, selecionados do catálogo da marca. A distribuição seguiu critérios estéticos, funcionais e de impacto visual. O design mais elaborado (eclético) foi reservado para a zona mais pequena, enquanto os estilos mais regulares ocuparam as zonas centrais. Cada segmento foi ainda associado a uma cor pastel personalizada, escolhida em tons mais intensos, para contrastar com a tonalidade bege das paredes, sem roubar protagonismo às peças. A associação entre cor e função segue os princípios de Gestalt e psicologia ambiental (Spence, 2020), facilitando a distinção entre zonas e enriquecendo a experiência espacial. A iluminação complementar foi pensada com spots e focos direcionais, permitindo controlar sombras e valorizar relevos decorativos — como recomendado por Karlen & Benya (2012) na iluminação de superfícies tridimensionais.

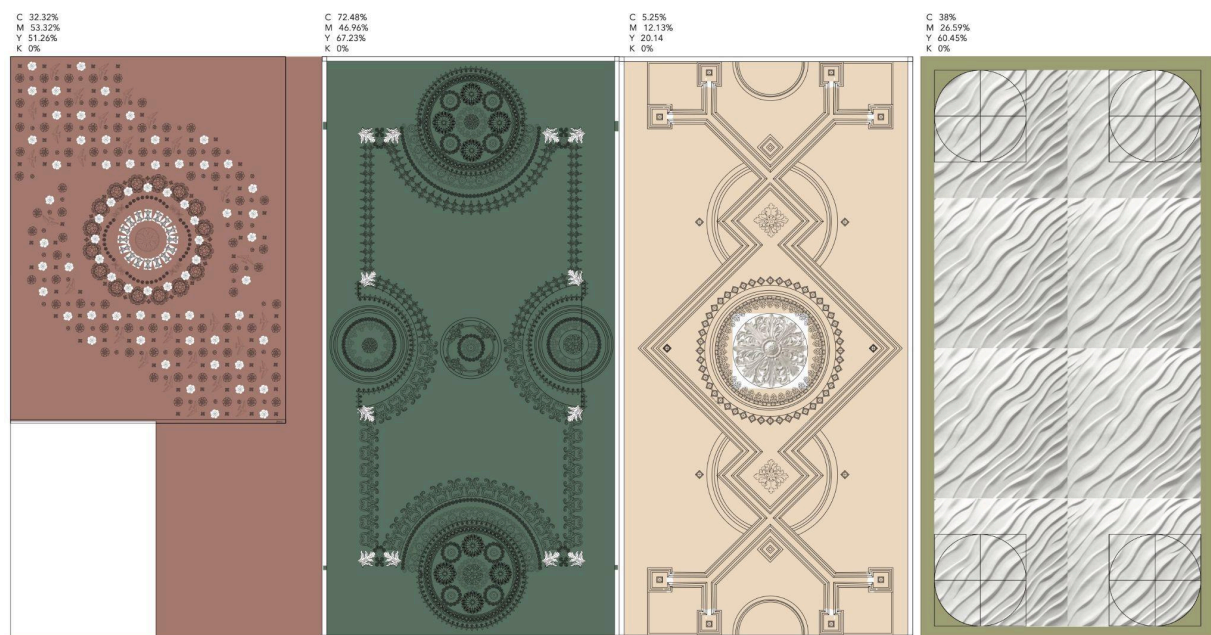


Figura nº11 / Composições de Teto (Eclético; Barroco; Clássico e Moderno)

Fonte: o autor

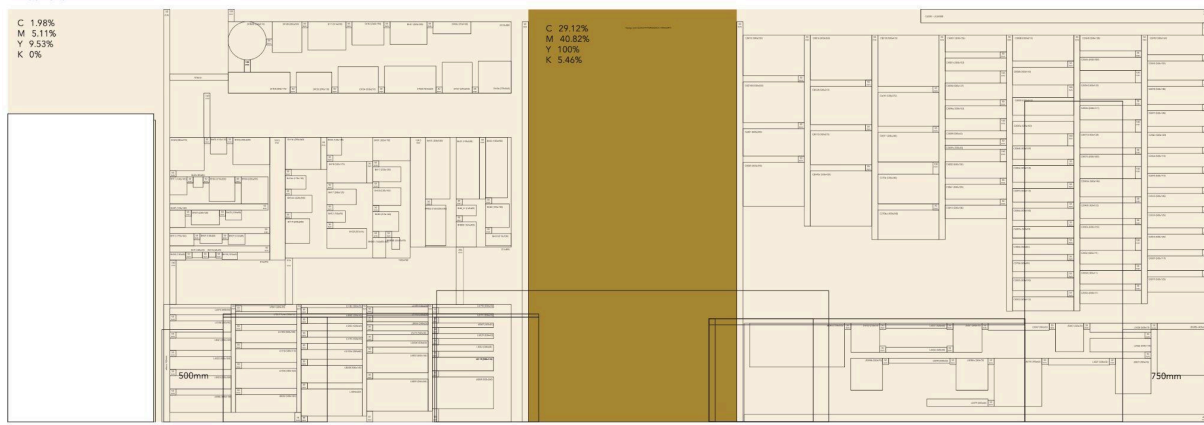


Figura nº12 / Composição de cores das paredes interiores

Fonte: o autor

Fase 6 | Identidade Visual e Detalhes

A pedido de San Ho, a parede atrás da receção foi destacada com uma moldura em saliência, pintada na cor dourada institucional da marca, com o logótipo em gesso branco colocado em relevo — criando um ponto de entrada marcante e de fácil reconhecimento. O balcão da receção, uma peça central no espaço, teve o design reformulado. Embora tenha sido inicialmente idealizado de raiz com base no símbolo do infinito — a pedido de San Ho - por motivos orçamentais decidiu-se reutilizar o balcão existente, alterando apenas o revestimento exterior e integrando luzes LED como elemento expressivo. Segundo Zelanski & Fisher (2011), a iluminação direcionada pode substituir elementos decorativos complexos ao gerar atenção e profundidade visual.

A modelação 3D e a disposição estratégica dos elementos permitiram uma apresentação mais funcional, clara e visualmente coerente das peças em gesso da Intergesso. Esta fase foi essencial não só para validar as escolhas junto da direção, mas também como ferramenta de comunicação visual para os artesãos e equipa técnica responsáveis pela montagem.

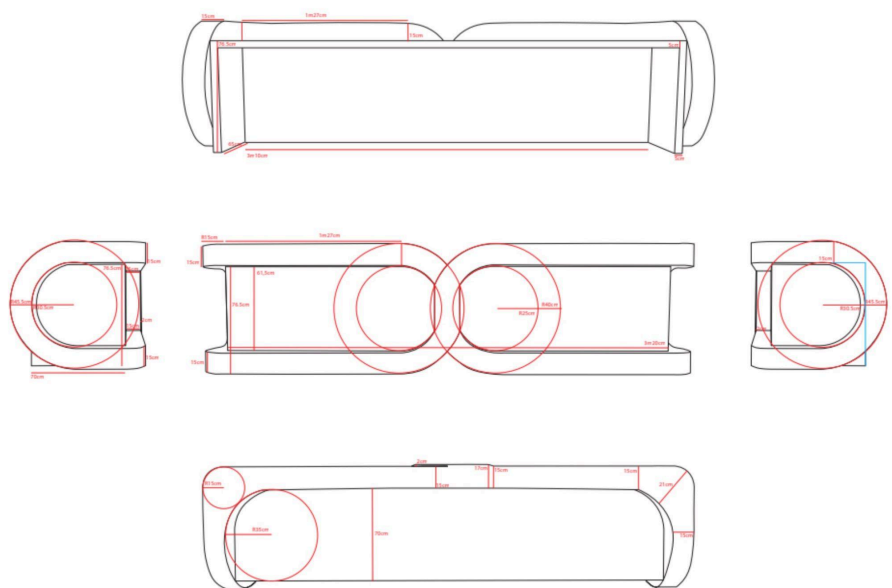


Figura nº13 / Desenho técnico do balcão com medidas

Fonte: o autor

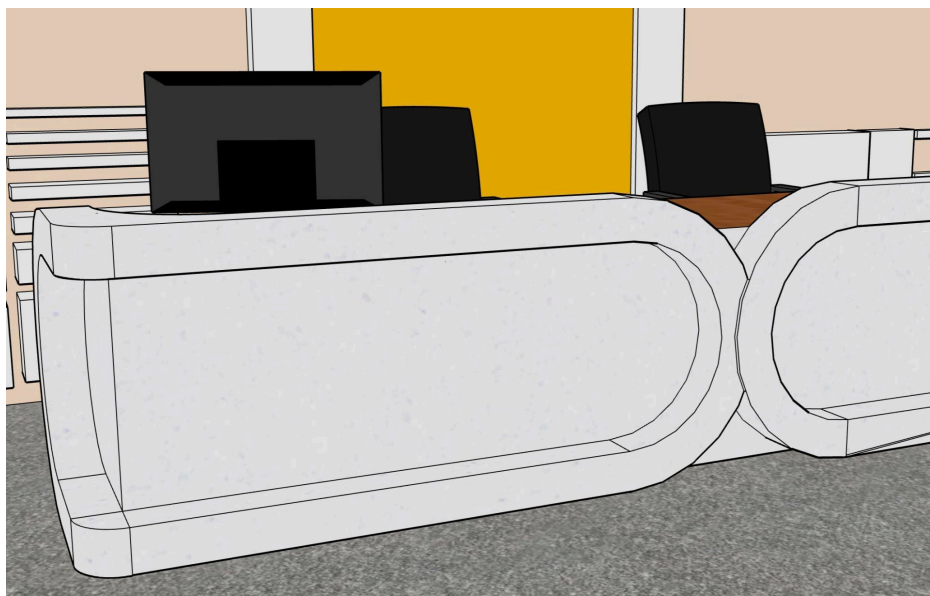


Figura nº14 / Imagem 3D do balcão sem luz LED

Fonte: o autor

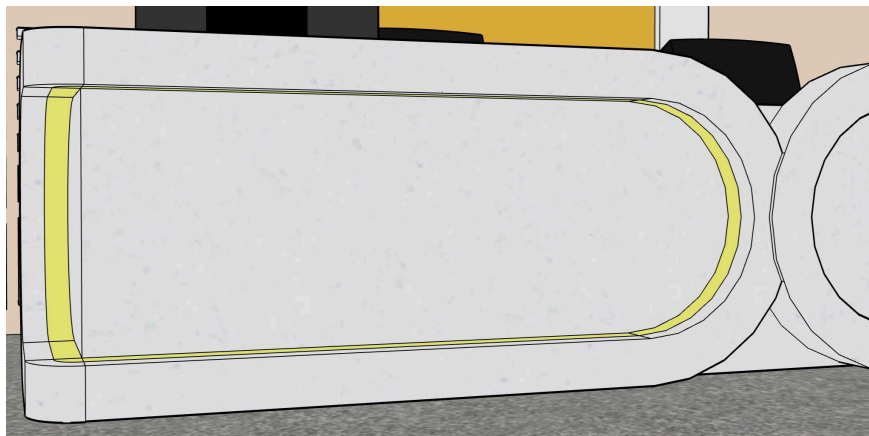


Figura nº15 / Imagem 3D do balcão com luz LED

Fonte: o autor

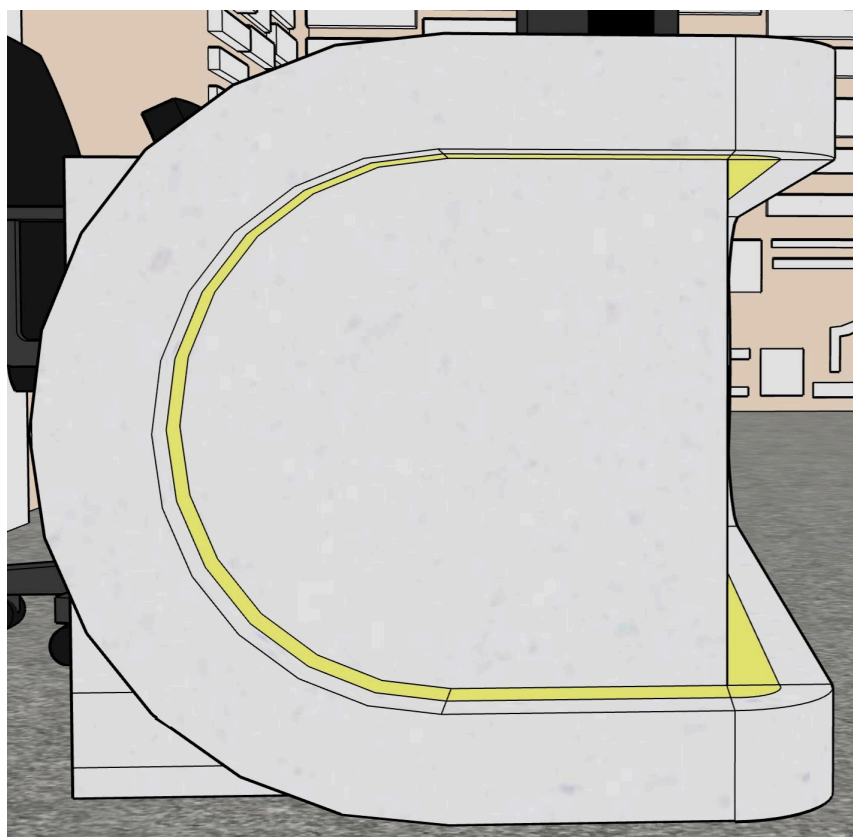


Figura nº16 / Imagem 3D do balcão com luz LED (lado)

Fonte: o autor

10.1.7. | Entrega Final da Proposta e Materiais Técnicos

Apesar de não ter sido executado fisicamente durante o período de estágio, o projeto de design do showroom da Intergesso foi completamente desenvolvido até à fase de proposta final, tendo sido entregue à direção da empresa por pdf e colocado em documento drive partilhado, com todos os elementos necessários para a sua futura implementação.

desenho vetorial; desenhos técnicos de todos os expositores e mobiliário criados, com medidas, materiais sugeridos e instruções de aplicação; listagens organizadas de todos os produtos a serem expostos, agrupados por estilo e tipologia (sancas, frisos, painéis, apliques, cantos, etc.);

uma tabela de quantidades dos apliques a utilizar na composição do teto, dividida por cada um dos quatro designs criados (Clássico, Barroco, Moderno e Eclético);

para cada design de teto: uma lista de peças utilizadas, quantidade necessária, preço unitário e custo total, permitindo à empresa calcular os custos de execução com clareza e precisão e um documento final em PDF, que reúne todas as informações visuais e técnicas, organizado por zonas do showroom e categorias de elementos.

Este conjunto de materiais foi entregue à tutora San Ho e à direção da Intergesso como base de trabalho para a futura execução do projeto, que deverá ocorrer conforme a disponibilidade de orçamento, mão de obra e tempo. Durante a entrega final, os elementos foram apresentados e discutidos com a tutora, que validou as escolhas de layout, composição e materiais, sugerindo apenas pequenas adaptações relacionadas com preferências de ordem estética e cromática. A ausência de implementação prática durante o estágio não invalidou o valor do projeto: o processo permitiu desenvolver uma solução expositiva coerente, tecnicamente fundamentada e economicamente viável, preparada para execução futura. Tal como refere Lawson (2005), a proposta de design é, por si só, um resultado válido quando contempla pesquisa, racionalização, visualização, documentação e planeamento viável — etapas todas cumpridas neste projeto.

9.1.8. | Reflexão Final

O desenvolvimento do projeto de design para o showroom da Intergesso constituiu uma oportunidade valiosa para aplicar, em contexto real, competências adquiridas ao longo do percurso académico, bem como para experienciar os desafios da prática profissional em design de produto e de espaço. Apesar de o projeto não ter sido executado fisicamente durante o estágio, o processo foi desenvolvido até à sua fase final com rigor técnico, planeamento detalhado e fundamentação estratégica, resultando numa proposta completa, pronta a ser implementada. Essa entrega incluiu modelos tridimensionais, plantas técnicas, desenhos de mobiliário, listas de materiais e custos, e cumpriu integralmente os objetivos definidos no início do estágio.

A principal limitação enfrentada foi a não concretização do projeto em obra, o que restringiu a aprendizagem prática da fase de montagem e ajuste no local. Ainda assim, a colaboração constante com a tutora San Ho, as trocas com a equipa técnica e o envolvimento com o contexto real da empresa permitiram desenvolver habilidades interpessoais, capacidade de escuta ativa, flexibilidade criativa e resiliência diante de restrições orçamentais e logísticas — todas competências indispensáveis no exercício profissional do design. A nível técnico, este projeto permitiu aprofundar a organização narrativa e temática de produtos em espaços expositivos, com base em critérios de estilo, proporção, impacto visual e lógica comercial; o uso de ferramentas digitais como Adobe Illustrator para desenho técnico vetorial e modelação 3D para simulação espacial, essenciais para comunicar ideias de forma clara e objetiva; o desenvolvimento de mobiliário e expositores com preocupações de modularidade, ergonomia, estabilidade e sustentabilidade visual e a importância da documentação técnica e económica completa, para viabilizar o processo de decisão por parte da empresa, mesmo que a implementação aconteça mais tarde.

No plano pessoal, este projeto consolidou a perceção de que o design não é apenas forma, mas sistema, método e negociação. A experiência reforçou a capacidade de traduzir exigências comerciais e funcionais em soluções coerentes, esteticamente integradas e adaptadas ao contexto real. Conclui-se, portanto, que o estágio cumpriu os objetivos de integração no mercado profissional, e que o projeto do showroom, embora ainda não materializado, representa um

contributo concreto e aplicável à estratégia de renovação da Intergesso, cuja implementação futura poderá beneficiar diretamente da base conceptual, técnica e económica aqui desenvolvida.

10.1.9. | Imagens 3D do Projeto Final - Sketchup



Figura nº 17 / Vista de Entrada

Fonte: o autor



Figura nº18 / Parede da Direita do Showroom

Fonte: o autor



Figura nº19 / Parede da Direita + Fundo

Fonte: o autor

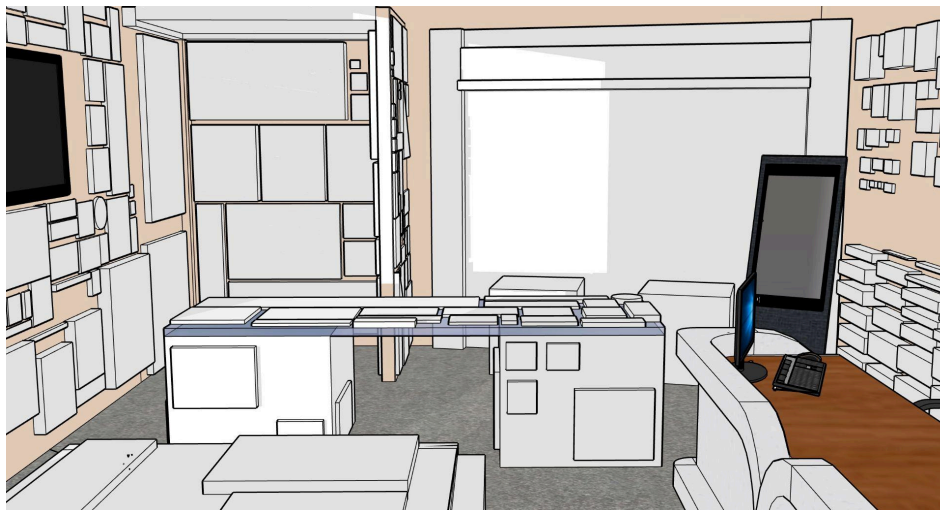


Figura nº20 / Parede da Esquerda do Showroom

Fonte: o autor



Figura nº21 / Parede da Direita + Parede de Frente

Fonte: o autor

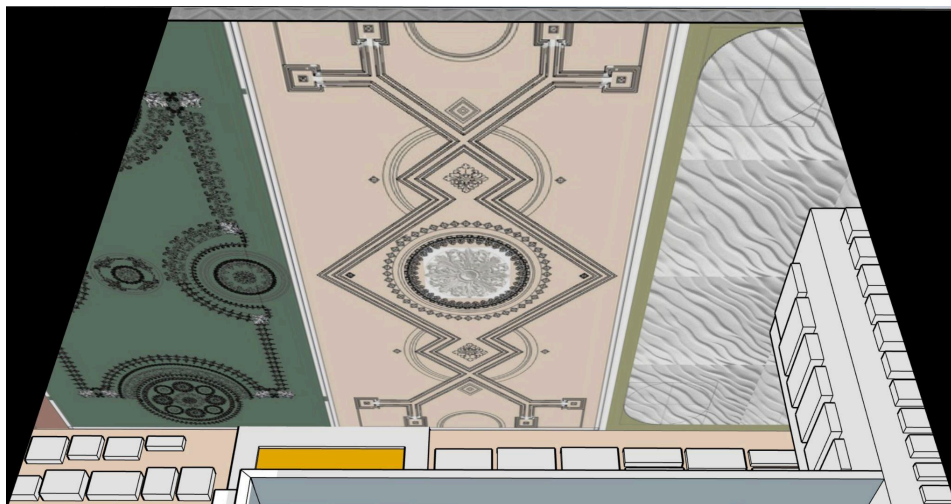


Figura nº22 / Posicionamento dos Apliques do Teto

Fonte: o autor

10.2. | Atendimento ao Cliente de Coral Atelier

10.2.1. | Contextualização do Projeto

O presente projeto foi desenvolvido no âmbito do estágio curricular realizado na empresa Intergesso, com foco na criação de uma proposta de design para a sala de atendimento da Coral Atelier, uma nova sub-marca criada pela própria empresa. A Coral Atelier surge como resposta à crescente procura por peças em gesso exclusivas e personalizadas, diferenciando-se da linha principal da Intergesso, que se dedica sobretudo à produção de réplicas e elementos de catálogo. Esta nova marca permite que os clientes apresentem ideias ou desenhos próprios, com o objetivo de verem essas propostas materializadas, recorrendo à mestria artesanal que caracteriza a produção da Intergesso. Ainda que partilhem a mesma equipa de produção prática, a Coral Atelier estabelece-se com uma estrutura técnica diferenciada, sendo que um dos colaboradores da Intergesso passou a estar exclusivamente responsável pela receção, gestão e acompanhamento das encomendas desta nova unidade. O projeto da sala de atendimento foi concebido como uma proposta de design não executada durante o estágio, à semelhança do projeto do showroom. A proposta tem como objetivo dotar a Coral Atelier de um espaço de receção funcional,

representativo e distintivo, capaz de acolher clientes e expressar visualmente o posicionamento diferenciado da nova marca no universo do design decorativo em gesso.

10.2.2. | Situação Inicial

O espaço destinado à sala de atendimento da Coral Atelier corresponde à antiga área de recepção da Intergesso. Esta zona, anteriormente funcional, foi desocupada aquando da transferência da recepção para o showroom principal, ficando assim disponível para ser reconfigurada com um novo propósito: acolher os clientes da nova sub-marca dedicada a projetos personalizados. Na sua configuração original, o espaço continha um balcão de aproximadamente 2 metros de comprimento, que ocupava uma grande parte da área útil. Uma das paredes laterais estava parcialmente ocupada por uma televisão, enquanto a parede oposta, entre a janela e uma porta, exibia um espaço com um computador interativo de grande porte, instalado entre o chão e o teto. Este computador interativo foi movido para o showroom, libertando o espaço disponível. Todas as paredes continham peças decorativas em gesso, colocadas aleatoriamente onde havia espaço, incluindo esculturas dispostas tanto no chão como em cima do próprio balcão. Esta distribuição gerava uma perceção de saturação visual e limitação de circulação.

O espaço possui janelas em todas as paredes, mas a sua contribuição para a iluminação natural é limitada: a janela lateral interior dá para outra sala da empresa estava destinada a ser fechada permanentemente, o que reduz o seu impacto luminoso; a janela lateral exterior está virada para o portão de entrada da Intergesso, mas permanece a maior parte do tempo na sombra; as janelas da parede do fundo, são pequenas e afastadas entre si, proporcionando apenas luz ambiente difusa e as janelas da parede frontal também se encontram numa zona de sombra, o que compromete a entrada de luz direta. Consequentemente, o espaço apresenta iluminação natural limitada, sendo iluminado sobretudo por luz ambiente. Um dos requisitos definidos pela tutora San Ho foi não alterar o teto existente, o que implicou manter a iluminação atual e trabalhar com as condições existentes. O pavimento também não poderia ser modificado, pelo que a proposta de design teve de ser adaptada à base física preexistente, condicionando a escolha de materiais, cores e elementos decorativos. Esta configuração inicial revelou-se limitada em termos de

funcionalidade, visibilidade e coerência visual, exigindo uma intervenção de design focada na clareza espacial, simplificação visual e definição de zonas funcionais distintas.



Figura nº23 / Parede da Direita (porta aberta)

Fonte: o autor



Figura nº24 / Parede da Esquerda (porta fechada)

Fonte: o autor



Figura nº25 / Parede da Esquerda (porta aberta)

Fonte: o autor



Figura nº26 / Parede do Fundo (porta aberta)

Fonte: o autor



Figura nº27 / Parede com Portas (porta aberta)

Fonte: o autor

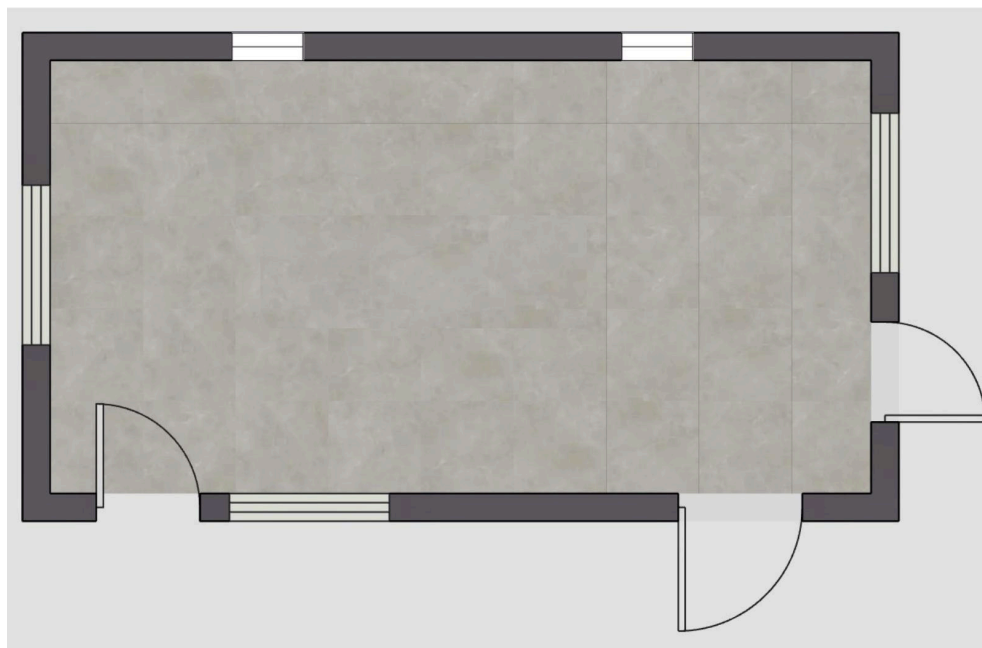


Figura nº28 / Planta da Sala de Atendimento da Coral Atelier

Fonte: o autor

10.2.3. | Objetivos do Projeto

O principal objetivo deste projeto foi transformar o antigo espaço de recepção da Intergesso numa zona de atendimento moderna e visualmente impactante, representativa da nova identidade da Coral Atelier. A proposta deveria servir como o primeiro ponto de contacto entre o cliente e a marca, refletindo os valores de criatividade, exclusividade e inovação associados aos serviços personalizados que a Coral Atelier oferece. Ao contrário do showroom principal, que tinha como função a exposição de peças do catálogo e reproduções artísticas, este espaço não se destinava à exibição de produtos acabados, mas sim a receber clientes que procuravam desenvolver peças originais com base em ideias próprias, desenhos ou conceitos. A tutora e diretora da empresa, San Ho, indicou que o espaço deveria ter um "efeito wow", capaz de surpreender o visitante logo à entrada e de comunicar o potencial artístico e técnico da empresa. Foram definidos os seguintes objetivos específicos: criar um ambiente apelativo e contemporâneo, com uma linguagem visual distinta da Intergesso; integrar elementos em gesso personalizados, como forma de representar

simbolicamente o serviço prestado pela Coral Atelier; definir uma zona de atendimento funcional, composta por um balcão de recepção e assentos de apoio; introduzir cor e contraste visual; valorizar a experiência do visitante, despertando o seu interesse e transmitindo confiança na capacidade criativa da marca. Estes objetivos foram complementados pela intenção de respeitar as restrições estruturais existentes, nomeadamente a manutenção do teto, iluminação e pavimento originais, o que exigiu um trabalho de design focado no aproveitamento criativo do envelope espacial disponível.

10.2.4. | Análise e Levantamento do Espaço

A primeira etapa prática do desenvolvimento do projeto consistiu no levantamento físico e técnico do espaço, com o objetivo de compreender as suas características estruturais e identificar as limitações e possibilidades para a proposta de design. O processo foi realizado manualmente, com o uso de fita métrica, e incluiu o registo pormenorizado das seguintes dimensões e elementos: altura útil das paredes disponíveis, tendo em conta o rebaixo do teto e as zonas obstruídas por equipamentos; localização e medidas de todas as janelas; posição exata de tomadas elétricas, dispositivos de ar condicionado, tubagens visíveis e passagens de cablagem. Esta recolha de dados permitiu compreender com maior precisão quais as áreas úteis para aplicação de elementos decorativos ou funcionais, assim como limitações verticais e horizontais impostas pela infraestrutura existente. Todas as informações recolhidas foram posteriormente traduzidas para uma imagem técnica em Adobe Illustrator e desenvolveu-se um modelo 3D básico do espaço, que foi desenvolvido com cada decisão de design. Este processo foi essencial para garantir que todas as decisões de design respeitavam as condicionantes reais do espaço, sobretudo considerando que o teto e o pavimento não poderiam ser alterados — o que exigia soluções criativas e adaptadas à infraestrutura existente.

10.2.5. | Conceito do Design

O conceito de design da sala de atendimento da Coral Atelier foi desenvolvido a partir de um processo de pesquisa visual e construção simbólica da identidade da nova marca, tomando como ponto de partida o próprio nome da empresa. A proposta surgiu após a análise e seleção conjunta de referências visuais com a tutora San Ho, onde se identificaram preferências por ambientes com open space, volumes fluidos e paredes decoradas como ponto focal. A partir dessa base, o conceito foi orientado para uma interpretação metafórica aquática, com elementos visuais inspirados em algas e formas ondulantes. Esta escolha surgiu não só como uma extensão simbólica do nome “Coral Atelier”, mas também como resposta às condições físicas do espaço, nomeadamente a iluminação reduzida, que naturalmente evocava um ambiente mais fechado e imersivo.

A linguagem visual do espaço de receção foi, assim, desenhada com base no motivo das algas, explorando formas orgânicas, verticais e horizontais que se adaptassem à arquitetura do espaço — nomeadamente à presença das janelas e à necessidade de manter o teto e o pavimento existentes. Esta estratégia permitiu contornar os obstáculos arquitetónicos e criar uma estética fluida, envolvente e contemporânea. Ao contrário da proposta inicial de uma “parede eclética preenchida”, optou-se por uma divisão cromática do espaço em duas metades: uma metade decorada e colorida, com relevos e aplicações em gesso inspirados em algas, criando uma atmosfera envolvente e expressiva; uma metade branca e mais limpa, posicionada do lado oposto à porta, onde incide maior luz natural, e que transmite amplitude e leveza visual, em contraste com a parede de destaque. Este equilíbrio visual cria uma experiência de contraste entre profundidade e abertura, e reforça o foco no balcão, posicionado no eixo entre as duas metades. O visitante, ao entrar, é envolvido por um ambiente que reflete o carácter artístico e exclusivo da Coral Atelier, num espaço que transmite ao mesmo tempo arte envolvente, inovação e criatividade.

10.2.6. | Desenvolvimento da Proposta

Fase 1 | Levantamento Funcional

Foi realizado um levantamento funcional detalhado do espaço para fundamentar o projeto. Utilizou-se fita métrica para anotar todas as dimensões do local (comprimentos e largura do piso), incluindo altura útil, localização de janelas, portas, pontos de tomadas elétricas e ar-condicionado. Essas informações foram registradas em numa planta em Adobe Illustrator, respeitando a escala real do ambiente. Paralelamente, criou-se um modelo tridimensional no SketchUp para visualizar volumetricamente o espaço.

Fase 2 | Conceptualização

A segunda fase consistiu na pesquisa de referências visuais e na definição do conceito central do projeto, tendo em conta a identidade da Coral Atelier e as limitações e potencialidades do espaço. A investigação incluiu uma análise de imagens e projetos relacionados com a temática aquática, com especial foco em formas orgânicas, cores naturais e estruturas inspiradas em recifes de coral e algas marinhas. Inicialmente, considerou-se o uso do motivo coral como base estética, dado o nome da marca e o seu simbolismo visual rico. No entanto, após análise crítica e discussão com a tutora San Ho, esta abordagem revelou-se pouco viável por dois motivos principais: a baixa iluminação natural do espaço, que impossibilitava o uso eficaz de tons como o rosa coral – cor que perderia intensidade e contraste nas condições existentes e a complexidade técnica de esculpir ou aplicar relevos detalhados de coral em toda a parede, o que implicaria mão de obra intensiva e altos custos, não compatíveis com a realidade da empresa no momento.

Deste modo, a escolha recaiu sobre o motivo das algas marinhas, que oferecia maior flexibilidade formal e compositiva. As formas ondulantes, verticais e horizontais das algas permitiram a criação de um painel decorativo mais elaborado, que poderia adaptar-se facilmente à geometria do espaço, envolvendo portas e janelas. A escolha revelou-se particularmente eficaz, uma vez que o design das algas geométrico podia ser modularizado e replicado com diferentes níveis de profundidade ou sobreposição, dando uma sensação de movimento, profundidade e continuidade visual. A composição foi aplicada à parede lateral virada para o exterior, por ser a mais limpa em termos de interferências arquitetónicas e a que oferecia melhores condições

técnicas para execução. O desenho decorativo, inicialmente concentrado nessa parede, foi posteriormente estendido parcialmente à parede adjacente, envolta da porta da entrada e a janela, criando uma ligação visual envolvente entre os dois planos e aumentando a sensação de imersão no espaço. Ao manter as outras duas paredes em branco, garantiu-se equilíbrio visual e ampliação do espaço, respeitando a orientação da luz natural e preservando zonas mais neutras para mobiliário e sinalização. O resultado final foi um conceito que concilia identidade de marca, funcionalidade espacial e viabilidade técnica, materializando a proposta da Coral Atelier de oferecer um serviço personalizado e esteticamente distinto.

Fase 3 | Prototipagem Digital e Modelação 3D

Na etapa de prototipagem digital, o padrão decorativo foi desenvolvido de forma 2D para garantir flexibilidade. Primeiro, desenharam-se as formas das algas a grafite e depois passou-se o desenho para o Adobe Illustrator. Em seguida, criou-se uma grelha modular composta por células quadradas e círculos nas interseções, permitindo combinar esses elementos de modo interligado. Essa grade modular facilita a repetição e reorganização do motivo decorativo. A composição resultante foi escalada de modo a se ajustar às dimensões reais da parede definida na etapa anterior. No final, transformou-se o desenho com formas orgânicas, para um design geométrico composto por formas quadradas e quartos-círculos.

Posteriormente, essa arte foi exportada e importada no modelo 3D do SketchUp, alinhando o gráfico à geometria do ambiente digitalizado. Essa integração 3D possibilitou ajustar proporções, verificar colisões e visualizar o impacto do painel coral na perspectiva do usuário. Além disso, o uso de um sistema modular justifica-se por permitir aplicações futuras personalizáveis: cada módulo pode ser replicado, expandido ou modificado individualmente para criar variações, por exemplo, em painéis menores e diversos designs. Em suma, o protótipo digital consolida o design gráfico com o espaço real, garantindo precisão técnica e viabilizando alterações de forma eficiente.

Fase 4 | Mobiliário Complementar

Com a ambientação temática definida, passou-se ao desenvolvimento do mobiliário que complementa a proposta funcional e estética. O Painel expositivo de técnicas de gesso é um painel vertical posicionado em uma das paredes, exibindo amostras das principais técnicas e acabamentos decorativos em gesso oferecidos pela Coral Atelier. Além de reforçar a identidade visual (expondo texturas e cores características), esse painel funciona como ferramenta pedagógica para ilustrar processos ao cliente.

Os bancos da sala de atendimento da Coral Atelier seguem um formato cúbico minimalista, com proporções reduzidas e estética funcional. São iguais aos que residem no showroom da Intergesso, criando uma ligação visual e conceptual entre as duas marcas. Esta conexão reforça a ideia de continuidade entre as propostas da Intergesso e da Coral Atelier, mesmo que os seus focos de atuação (reprodução vs personalização) sejam distintos. A escolha da forma cúbica baseia-se na mesma lógica modular utilizada na grelha decorativa da parede principal — constituída por quadrados e quartos de círculo — o que garante coerência geométrica e visual entre o mobiliário e os elementos murais. A disposição livre dos bancos permite flexibilidade de uso, adaptando-se a diferentes configurações do espaço consoante o número de visitantes. A nível funcional, os bancos têm altura ergonómica adequada para espera curta, mantendo uma leitura formal limpa e contemporânea. A sua presença também reforça a estética do conjunto ao criar volumes baixos que não competem com os pontos focais verticais da sala.

O balcão foi a peça de mobiliário mais elaborada e personalizada do projeto, tendo sido totalmente desenhado de raiz e concebido exclusivamente em gesso, material central à identidade da empresa. Esta escolha de material não só valoriza o saber-fazer artesanal da Intergesso, como também reforça o compromisso da Coral Atelier com a produção de peças únicas e autorais, servindo como símbolo físico daquilo que a marca representa. Formalmente, o balcão apresenta uma planta em ângulo de 108°, inspirada na geometria de um pentágono, mas reinterpretada com uma abordagem funcional. Essa configuração permitiu dividir o espaço de trabalho para duas pessoas de forma eficiente, sem ocupar tanto volume quanto um balcão linear tradicional, nem bloquear a circulação como um balcão em L. A forma angulada favorece a distribuição do atendimento e permite uma maior aproximação entre cliente e atendente, ao mesmo tempo que preserva fluidez no espaço. A parte superior do balcão inclui curvaturas suaves, tanto na face

interna (onde se trabalha). Essas curvas não só quebram a rigidez visual do volume, como aumentam a área útil de trabalho, respeitando princípios ergonômicos. Na parte frontal, foi aplicada uma frisação vertical em gesso, composta por pequenas peças retangulares alinhadas lado a lado. Este detalhe ornamental estabelece uma conexão estética com as molduras decorativas aplicadas nas paredes da sala, especialmente as que emolduram o painel técnico e as molduras institucionais, criando uma linguagem visual unificada em todo o ambiente. O design do balcão segue os princípios do design nórdico minimalista, privilegiando a clareza formal, a pureza dos materiais e a harmonia com os restantes elementos do espaço. Ao mesmo tempo, a sua materialidade (100% em gesso) e os seus detalhes decorativos asseguram que a peça expresse a identidade híbrida da Coral Atelier, onde a tradição da escultura manual se cruza com o rigor do design contemporâneo.

10.2.7. | Entrega Final da Proposta e Materiais Técnicos

A proposta de design da sala de atendimento da Coral Atelier foi concluída com a entrega de um conjunto completo de materiais técnicos e visuais que documentam integralmente o projeto e possibilitam a sua futura implementação pela equipa da empresa. A entrega final incluiu desenhos técnicos detalhados, em formato vetorial (Illustrator e PDF), representando plantas, alçados e cortes das paredes da sala; modelos tridimensionais desenvolvidos no SketchUp, que permitiram simular a disposição dos elementos no espaço e testar as proporções e relações volumétricas entre os componentes; renderizações 3D das paredes e do mobiliário personalizado, representando com realismo os materiais, cores e iluminação propostos, servindo como visualização final da proposta e ficheiros PDF finais, com a compilação dos desenhos, imagens e textos explicativos organizados em formato de apresentação para consulta futura.

Foram também incluídos os desenhos técnicos individuais do mobiliário personalizado, como o balcão de atendimento e os bancos cúbicos, com as suas medidas, materiais e orientação para produção. Estes elementos foram concebidos para serem executáveis em gesso, respeitando os métodos de produção internos da Intergesso, o que garante viabilidade material e integração no contexto produtivo da empresa.

A proposta não foi implementada durante o estágio, mas foi validada pela tutora San Ho como base viável para futura execução. O conjunto de materiais entregues encontra-se organizado para

ser usado como documento de apoio à produção, caso a empresa avance com a construção da sede física da Coral Atelier.

10.2.8. | Reflexão Final

O desenvolvimento do projeto da sala de atendimento da Coral Atelier representou um desafio distinto em relação ao showroom da Intergesso, sobretudo pela necessidade de criar um espaço novo, em que todos os produtos são criados de raíz.. Este facto exigiu maior investimento criativo e conceptual, assim como uma maior capacidade de interpretação e mediação entre visões distintas.

A principal dificuldade enfrentada ao longo do processo prendeu-se com a conciliação entre a minha visão pessoal e as expectativas da tutora San Ho, cuja orientação, embora determinada, nem sempre se traduzia de forma objetiva em termos técnicos ou estéticos. Muitas das referências visuais inicialmente apresentadas por ela provinham de salas de estar expositivas, com estilos e elementos decorativos (como sofás clássicos e cores intensas) que não se adaptavam à funcionalidade e escala reduzida da sala de atendimento. A tentativa de integrar esses elementos revelava-se contraproducente, comprometendo a coerência visual e a clareza da proposta. Por outro lado, as sugestões que eu propunha — fundamentadas em referências contemporâneas, alinhadas ao contexto de receção e à identidade da nova marca — embora muitas vezes bem recebidas, acabavam por ser descartadas por não se ajustarem completamente às expectativas da tutora, o que tornava o processo de aprovação ambíguo e iterativo.

Esta tensão levou-nos a refletir profundamente sobre o papel do designer como mediador entre intenções e possibilidades reais, e a desenvolver uma abordagem mais flexível, onde fosse possível propor soluções intermédias, capazes de satisfazer os requisitos da empresa sem comprometer a coerência estética e funcional do espaço. O design final da sala resultou, assim, de um exercício de equilíbrio entre criatividade autoral, escuta ativa e capacidade de negociação. A proposta desenvolvida incorporou elementos da identidade visual da marca, respeitou as condicionantes do espaço e integrou discretamente algumas das referências sugeridas pela tutora, sem ceder ao risco de sobrecarregar ou desvirtuar a linguagem visual. Neste sentido, o projeto revelou-se particularmente formativo, pois obrigou-nos a sair de uma postura apenas projetual e

a desenvolver competências interpessoais, argumentativas e adaptativas, indispensáveis na prática profissional do design. Enfrentar incertezas, justificar decisões perante o cliente e saber quando ceder ou insistir numa solução fez parte do processo de crescimento proporcionado por esta experiência.

10.2.9. | Imagens 3D do Projeto Final - Sketchup

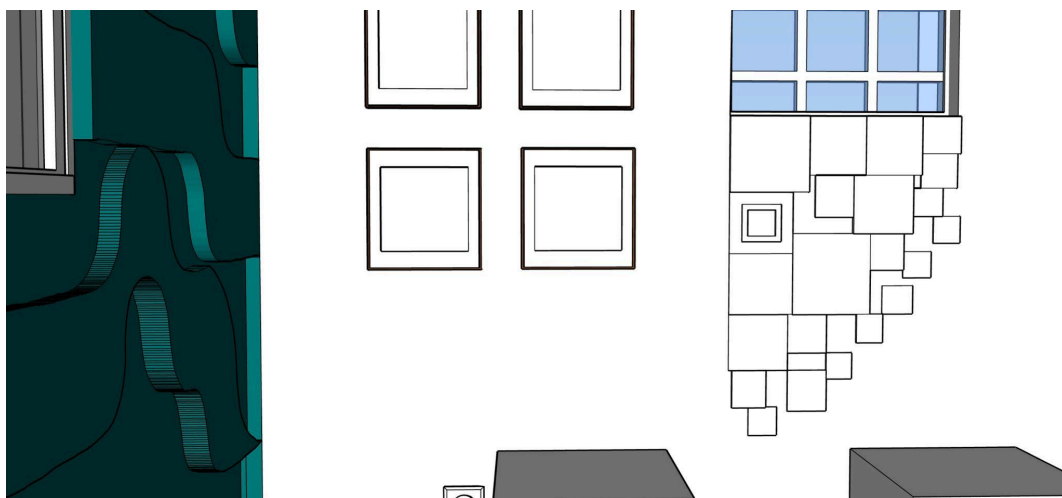


Figura nº29 / Vista da Porta de Entrada

Fonte: o autor

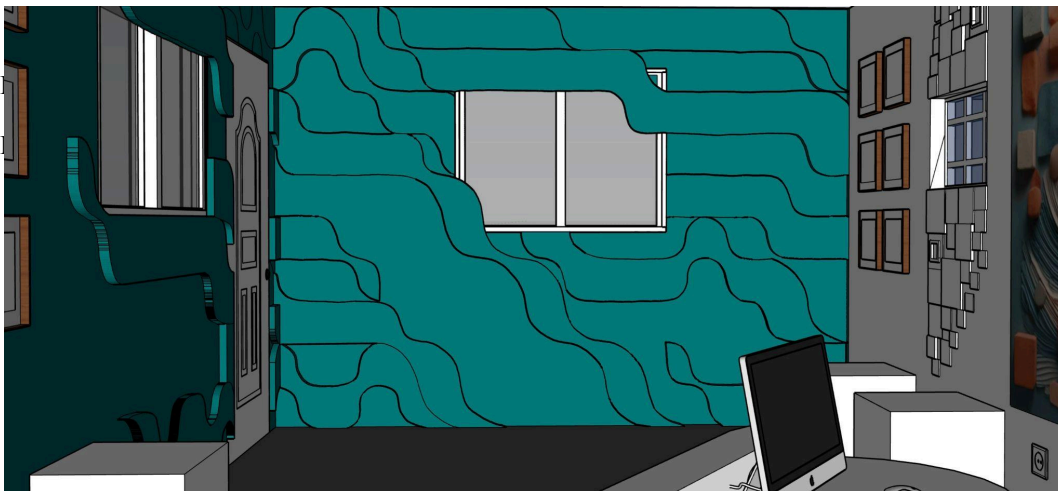


Figura nº30 / Parede Lateral da Esquerda

Fonte: o autor



Figura nº31 / Parede Lateral da Direita

Fonte: o autor

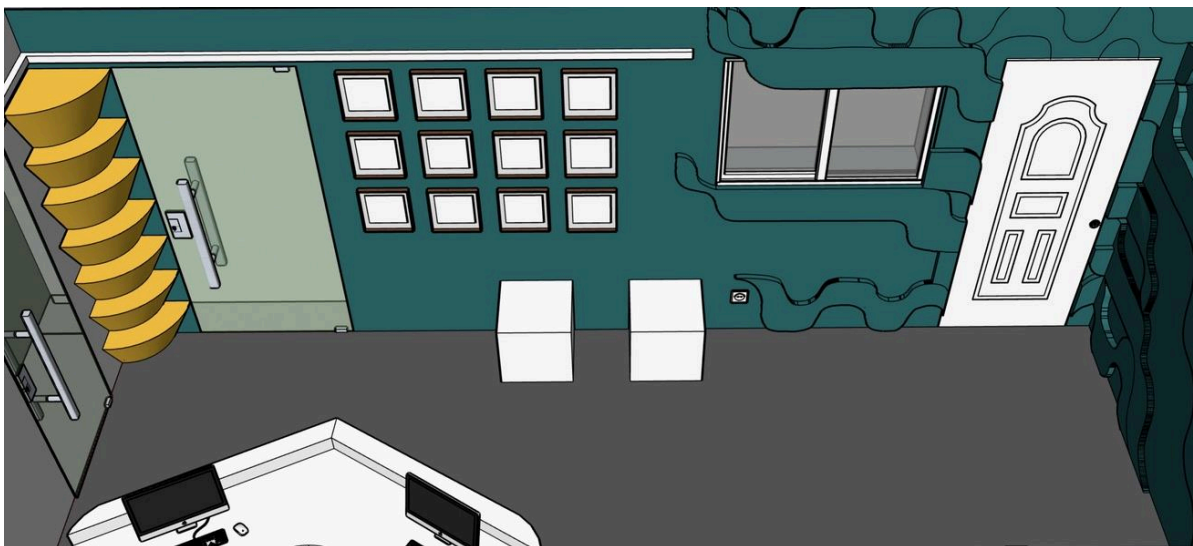


Figura nº32 / Parede da Entreda

Fonte: o autor

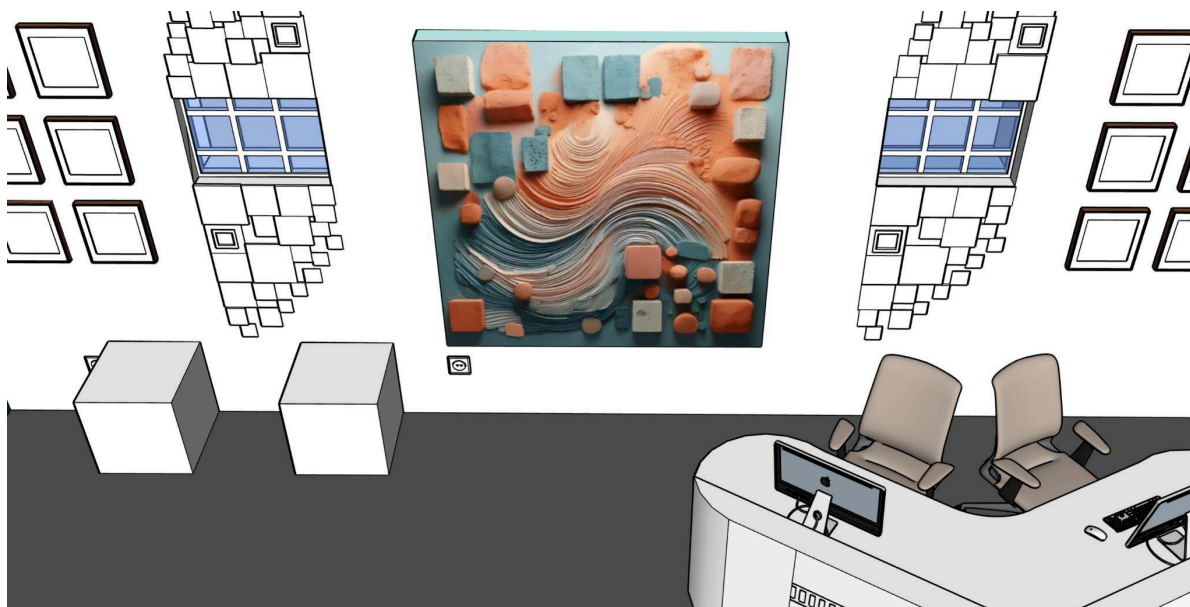


Figura nº33 / Parede do Fundo

Fonte: o autor

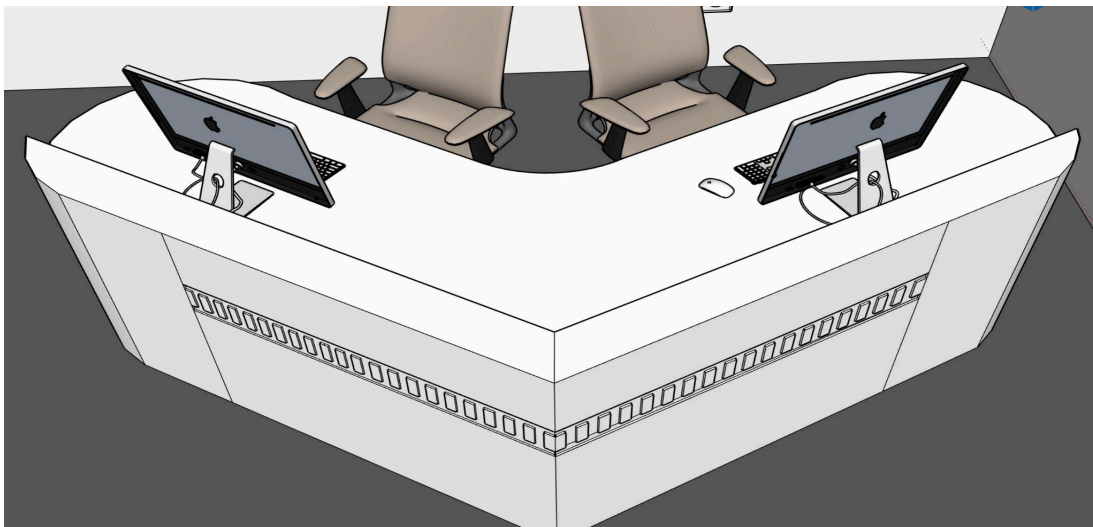


Figura nº 34 / Balcão de Atendimento (Frente)

Fonte: o autor

se.



Figura nº35 / Balcão de Atendimento (Lado)

Fonte: o autor

11.0. | Considerações Finais

Ao longo deste estágio e da elaboração deste relatório, tornou-se evidente o papel fundamental do design na construção da experiência espacial em ambientes comerciais e institucionais.

Através da criação de propostas para o showroom e os espaços da Coral Atelier, foi possível aplicar e validar os conhecimentos adquiridos no mestrado, bem como propor soluções que aliam estética, funcionalidade e identidade da marca. O desenvolvimento do design dos espaços teve como base uma análise teórica robusta, complementada por uma investigação aplicada que orientou decisões práticas e testou hipóteses relativas à disposição e valorização dos produtos em gesso.

A maior aprendizagem foi compreender como o design pode atuar como mediador entre a marca e o público, criando atmosferas envolventes e reforçando a proposta de valor da empresa. Apesar de nenhum dos projetos terem sido executados fisicamente, a entrega final dos modelos 3D, listas técnicas e documentação visual permite que estas propostas estejam prontas para implementação.

Este trabalho representa, assim, não só o encerramento de uma etapa académica, mas também o início de um percurso profissional mais consciente, informado e comprometido com a qualidade e a relevância social do design.

12.0. | Lista de Figuras

Figura 01.....	p.23
Figura 02.....	p.23
Figura 03.....	p.24
Figura 04.....	p.24
Figura 05.....	p.27
Figura 06.....	p.30
Figura 07.....	p.31
Figura 08.....	p.32
Figura 09.....	p.32
Figura 10.....	p.32
Figura 11.....	p.33
Figura 12.....	p.34
Figura 13.....	p.35
Figura 14.....	p.35
Figura 15.....	p.36
Figura 16.....	p.36
Figura 17.....	p.39
Figura 18.....	p.40
Figura 19.....	p.40
Figura 20.....	p.41
Figura 21.....	p.41
Figura 22.....	p.42
Figura 23.....	p.44

Figura 24.....	p.45
Figura 25.....	p.45
Figura 26.....	p.46
Figura 27.....	p.46
Figura 28.....	p.47
Figura 29.....	p.55
Figura 30.....	p.56
Figura 31.....	p.56
Figura 32.....	p.57
Figura 33.....	p.57
Figura 34.....	p.58
Figura 35.....	p.58

13.0. | Bibliografia

- Agendor. (2022, junho 15). *Pontos de contato com os clientes: 4 passos para integrá-los*. <https://www.agendor.com.br/blog/pontos-de-contato-com-clientes/>
- Almeida, R. L., Froemming, A. L., & Ceretta, P. S. (2020). Tendências de consumo pós-pandemia: o novo comportamento do consumidor. *Revista Foco*, 17(9), e6057. <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/download/6057/4378/14149>
- Ambientes modulares e flexíveis no design de showrooms. (2024).
- Artemide. (s.d.). *Professional lighting solutions*. <https://www.artemide.com>
- Barions Produções. (n.d.). *Showroom: benefícios e tendências para o varejo*. https://www.barions.com.br/showroom-beneficios-e-tendencias-para-o-varejo?utm_source=chatgpt.com
- Biptt. (n.d.). *O impacto do e-commerce no varejo tradicional*. <https://biptt.com.br/o-impacto-do-e-commerce-no-varejo-tradicional/>
- Bish Creative. (n.d.). *Evolution of retail*. <https://www.bishcreative.com/evolution-of-retail/>
- Bitgood, S. (2013). *Attention and value: Keys to understanding museum visitors*. Left Coast Press.
- Bolia. (s.d.). *Showroom design*. <https://www.bolia.com>
- Borghini, S., Diamond, N., Kozinets, R. V., McGrath, M. A., Muñiz, A. M., & Sherry, J. F. (2010). Why are themed brandstores so powerful? Retail brand ideology at American Girl Place. *Journal of Retailing*, 85(3), 363–375.
- Chapman, J. (2005). *Emotionally durable design: Objects, experiences and empathy*. Earthscan.
- Cytowic, R. E. (2002). *Synesthesia: A union of the senses*. MIT Press.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The museum experience revisited*. Left Coast Press.
- Fayad, J. C. (2016). *Luz e forma: A iluminação como linguagem do espaço*. Editora Senac São Paulo.
- Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in practice*. Springer.
- Garuti, S., & Pino, M. D. (2018). *Feminino, luxuoso e ousado: Conheça o projeto de showroom de uma fábrica de lingerie*. Blog Fratelli House.

- Hein, G. E. (1998). *Learning in the museum*. Routledge.
- Howard, P. (2009). *What is scenography?* Routledge.
- IKEA. (2023). *Workshop experiences in Madrid showroom*. <https://www.ikea.com>
- Kingmaker. (n.d.). *A importância da identidade visual para marcas de alto padrão*. <https://kingmaker.com.br/identidade-visual/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Landa, R. (2010). *Graphic design solutions*. Cengage Learning.
- Lawson, B. (2005). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Routledge.
- Lupton, E. (2023). *Design e storytelling*.
- Made.com. (s.d.). *Showroom technology*. <https://www.made.com>
- Muji. (s.d.). *Experiential design*. <https://www.muji.com>
- Nike. (2020). *House of Innovation NYC*. <https://www.nike.com>
- O'Doherty, B. (1999). *Inside the white cube: The ideology of the gallery space*. University of California Press.
- Pacheco, C. A., Bins Ely, V. H. M., & Cavalcanti, P. B. (2016). Layout de lojas de vestuário: Recomendações projetuais baseadas na percepção e comportamento dos usuários. *Revista Projetar*, 1(3), 151–169.
- Pallasmaa, J. (2011). *Os olhos da pele: A arquitetura e os sentidos*. Bookman.
- Papanek, V. (1985). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Thames & Hudson.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Rock Content. (2021, February 17). *O que é experiência do produto e como as marcas a usam*. <https://rockcontent.com/br/blog/experiencia-do-produto/>
- RP Info Sistemas. (n.d.). *Lojas showroom - Você conhece essa novidade?* https://www.rpinfo.com.br/postagem/lojas-showroom-voce-conhece-essa-novidade/130?utm_source=chatgpt.com

Santos, G. M. dos, Ferreira de Brito, S. G., Macedo, K. G., Bueno, M. P., & Coleti, J. C. (2024). A influência das estratégias de marketing digital direcionadas para o comportamento do consumidor. *Revista Foco*.

Schmitt, B. (2003). *Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers*. Wiley.

Spence, C. (2020). *Sensehacking: How to use the power of your senses for happier, healthier living*. Viking.

StartSe. (n.d.). *Do tradicional ao metaverso: como funciona o showroom*.
https://www.startse.com/artigos/como-montar-um-showroom/?utm_source=chatgpt.com

Tesla. (s.d.). *Retail experience*. <https://www.tesla.com>

Tok&Stok. (s.d.). *Ambientes planejados*. <https://www.tokstok.com.br>

Underhill, P. (2009). *Why we buy: The science of shopping—Updated and revised for the internet, the global consumer, and beyond*. Simon and Schuster.

Uttara Comunicação. (2023, julho 15). *A importância dos pontos de contato para a gestão da marca*.
<https://www.uttara.com.br/blog/a-importancia-dos-pontos-de-contato-para-a-gestao-da-marca/>

Vanguard Blog. (2024). *Design imersivo: Transformando espaços em experiências memoráveis*.
<https://blog.vanguard.com.br/design-imersivo-transformando-espacos-em-experiencias-memoraveis/>

Vibia. (s.d.). *Design lighting for living spaces*. <https://www.vibia.com>

Wang, J., & Wang, S. (2022). The impact of online reviews on consumers' purchase intention: A moderated mediation model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102884.

Zumtobel. (2019). *The light: How lighting creates emotions*. <https://www.zumtobel.com>

14.0. | Anexos

Anexo A - Catálogo da Intergesso

[Ver anexo PDF: *Catálogo da Intergesso*](#)

Anexo B - 20190361_Atividade de Investigação Aplicada

[Ver anexo PDF: *20190361_Atividade de Investigação Aplicada*](#)