

EXAME NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO

12.º Ano de Escolaridade (Decreto-Lei n.º 286/89, de 29 de Agosto)

Curso Tecnológico de Design

Duração da prova: 90 min + 30 min de tolerância
1997

2.ª FASE

PROVA ESCRITA DE TEORIA DO DESIGN

COTAÇÕES

GRUPO I

(Respostas obrigatórias)

- | | |
|---------|-----------|
| 1. | 20 pontos |
| 2. | 20 pontos |
| 3. | 20 pontos |
| <hr/> | |
| | 60 pontos |

GRUPO II

- | | |
|--------------------------|-----------|
| 1. (em opção com 2)..... | 40 pontos |
| 2. (em opção com 1)..... | 40 pontos |
| 3. (obrigatória)..... | 40 pontos |
| <hr/> | |
| | 80 pontos |

GRUPO III

(Respostas obrigatórias)

- | | |
|---------|-----------|
| 1. | 30 pontos |
| 2. | 30 pontos |
| <hr/> | |
| | 60 pontos |

TOTAL 200 pontos

EXAME NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO

CRITÉRIOS DE CORRECÇÃO

Na correcção das provas deverão ser privilegiados os seguintes aspectos:

- Relação clara do conteúdo das respostas com as questões.
- Estruturação clara das respostas.
- Objectividade das respostas.
- Desenvolvimento correcto dos conhecimentos teóricos.
- Capacidade de análise crítica e fundamentada.

Nota: Certas respostas, e, sobretudo, justificações não devem ser apreciadas segundo critérios absolutamente rígidos: os termos utilizados pelos alunos são, por vezes, alternativos aos propostos e podem, nesta matéria, subentender uma compreensão aceitável ou mesmo correcta do assunto versado.

TÓPICOS DE CORRECÇÃO

GRUPO I (Respostas obrigatórias)

1. A macroestrutura é um conjunto de fases previsíveis da metodologia com uma ordenação comum a todos os projectos.
A microestrutura é uma especificação detalhada de cada uma dessas fases, variável consoante os projectos.
2. Este procedimento revela-se vantajoso já que permite um permanente controlo do processo criativo, verificando-se, no final de cada fase, a adequação das opções tomadas, o que permite avançar de uma forma mais segura ou retroceder, de modo a corrigir erros ou pontos fracos do projecto.
3. O ciclo de vida do produto surge mesmo antes do seu aparecimento físico (matérias-primas), prolonga-se pela criação, distribuição e uso do objecto e estende-se até à morte do mesmo, em função dos problemas ambientais que coloca.

GRUPO II (Opção entre 1 e 2)

1. (Opção)

Tal como a afirmação de Lamark, que considera a beleza decorrente do justo, também o funcionalismo associa as características formais dos "objectos logo" à sua beleza, à operatividade dos mesmos. Sendo assim, a forma dos objectos deve ser simplificada e respeitar os materiais, a estrutura e o modo de construção, sem características supérfluas.

2. (Opção).

O primeiro texto defende a manutenção dos vestígios do passado como forma de salvaguardar as raízes culturais. No segundo texto, acrescenta-se a esta posição a necessidade de conciliar com esta atitude uma outra em que se cuide também do património actual, aceitando a transformação e a inovação como caracterizadoras do nosso presente.

3. A ergonomia revela-se da máxima importância na procura da optimização do uso dos objectos e da relação do homem com o seu ambiente físico. Por vezes, como no caso apresentado, o seu papel é tão relevante que, apoiada nos dados antropométricos e fisiológicos, se torna indispensável ao trabalho projectual.

GRUPO III

(Respostas obrigatórias)

1. Este anúncio revela-se equilibrado e de uma grande simplicidade formal, sendo visualmente interessante e atraindo bastante o olhar. Em termos de composição, o plano é quase totalmente preenchido pelos animais, surgindo, para além destes, unicamente o slogan identificativo da marca, colocado numa posição privilegiada de leitura (canto superior direito). O aparecimento de dois animais de características físicas tão diferentes (classe, tamanho, textura), com cores contrastantes (preto e branco da zebra e colorido variado da ave), reforça o slogan "United Colors of Benetton."
2. A publicidade é, hoje em dia, parte integrante da sociedade de consumo, estabelecendo comunicação por forma a transmitir uma mensagem que estimula o consumo. Sendo assim, o anúncio publicitário omite os aspectos menos agradáveis relacionados com o produto.