

EXAME NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO

12.º Ano de Escolaridade (Decreto-Lei n.º 286/89, de 29 de Agosto)
Curso Geral — Agrupamento 2

Duração da prova: 120 minutos
2001

1.ª FASE
1.ª CHAMADA

PROVA ESCRITA DE TEORIA DO DESIGN

COTAÇÕES

GRUPO I

1.	10 pontos
2.	15 pontos
3.	5 pontos
4.	20 pontos
		<hr/>
		50 pontos

GRUPO II

1.		
1.1.	20 pontos
1.2.	15 pontos
1.3.	10 pontos
1.4.	10 pontos
2.	15 pontos
		<hr/>
		70 pontos

GRUPO III

1.		
1.1.	10 pontos
1.2.	25 pontos
1.3.	25 pontos
2.	20 pontos
		<hr/>
		80 pontos

Total 200 pontos

V.S.F.F.

146/C/1

CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO

Aspectos a valorizar:

- relação da resposta com o conteúdo das questões;
- rigor dos conhecimentos teóricos;
- utilização adequada de terminologia e de vocabulário específicos;
- fundamentação pertinente da análise crítica.

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

TÓPICOS

GRUPO I

1. A resposta do examinando deverá mencionar a forte componente mimética do objecto com um templo clássico.
2. O examinando deverá referir a oposição do Movimento *Arts and Crafts* a este tipo de historicismo formal (neste caso, quase divinizava a industrialização).
3. William Morris ou John Ruskin (ou C. R. Ashbee).
4. Exemplo de resposta: se bem que haja características estéticas comuns aos objectos das duas épocas, no Pós-Modernismo elas têm origem numa atitude de contestação ao Modernismo Racional, enquanto na época da concepção do objecto representado na figura 1 traduzem ostentação e necessidade de reconhecimento, através da linguagem de um formalismo histórico.

GRUPO II

1.
 - 1.1. Exemplo de resposta: ao nível da comunicação ou da embalagem, o design pode realçar as características artesanais do produto.
 - 1.2. Vantagens: uma maior produção reduz o preço (produção e consumo), facilita o acesso ao produto por parte de uma grande maioria (consumidor); outras, correctas, que o examinando possa referir.
Desvantagens: massificação da produção e aumento do consumo, por vezes com perigos ambientais (produção e consumo); a uniformização de produtos e ambientes descaracteriza culturas locais e pode levar até à perda de identidade cultural (produção e consumo); outras, correctas, que o examinando possa referir.

- 1.3. Exemplos: para praticantes de todo o tipo de actividades desportivas; amantes da moda; outros, adequados, que o examinando possa referir.
 - 1.4. Por exemplo, para os desportistas: peso, tipo de sola aderente, eficácia na protecção das articulações, ventilação, entre outras, correctas, que o examinando possa referir.
No caso dos não desportistas, por exemplo: preço, cores e aspecto exterior, marca bem identificada, conforto e/ou outras, correctas, que o examinando possa referir.
2. Por exemplo, a produção, a comunicação, o ambiente, ou outras, correctas, que o examinando possa referir.

GRUPO III

1.
 - 1.1. Exemplos: medida da distância do chão ao assento, amplitude de movimento das pernas, braços e/ou outras, correctas, que o examinando possa referir.
 - 1.2. Exemplo de resposta: através de mecanismos que permitam a extensão de determinadas componentes como, por exemplo, dos pedais, da altura do banco, do ajuste do guiador e incorporação de alguns sistemas ou mecanismos que permitissem outras funções, para além da simples deslocação, como, por exemplo, carrinho e/ou cesto para mercadorias e/ou pequenos objectos e/ou para um acompanhante, descanso para estacionamento, maior número de relações mecânicas para aumentar a velocidade, e eventualmente, protecção para a chuva, ou outros, correctos, que o examinando possa referir.
 - 1.3. Exemplo de resposta: com um modelo único é possível baixar os custos de produção e, assim, através do preço de venda ao público, mais baixo, alargar o mercado.
Um modelo único pressupõe, também, um produto unissexo e, desta forma, também se alarga o mercado desse produto.
No entanto, a falta de diferenciação pode ser factor de perda de competitividade, pois a produção de vários modelos permite penetrar mais fundo no mercado, atingindo as especificações mais particulares de diferentes públicos-alvo, como, por exemplo, os jovens, as senhoras, os desportistas, os distribuidores de mercadorias, etc.
2. Exemplos de problemas: poluição sonora, poluição visual, desordenamento territorial, sem espaços para pedestres ou actividades de lazer, ou outros, correctos, que o examinando possa referir.

V.S.F.F.

146/C/3