

**ENSINO ARTÍSTICO ESPECIALIZADO
ARTES VISUAIS E AUDIOVISUAIS**

Componente de Formação Técnica-Artística

PROGRAMA

Teoria do Design

**Opção de Oferta da
Escola Secundária Artística António Arroio**

11º e 12º ANOS

Autor
Luís Garlito

2007

ÍNDICE

| | Página |
|--|-----------|
| 1. Introdução | 3 |
| 2. Apresentação | 4 |
| 2.1. Finalidades | 4 |
| 2.2. Objectivos | 5 |
| 2.3. Visão Geral dos Temas/Conteúdos | 6 |
| 2.4. Sugestões Metodológicas Gerais | 10 |
| 2.5. Competências | 11 |
| 2.6. Recursos | 12 |
| 2.7. Avaliação | 13 |
| 3. Desenvolvimento | 15 |
| 3.1. 11º ano | 15 |
| 3.2. 12º ano | 19 |
| 4. Fontes | 24 |

1. INTRODUÇÃO

No currículo dos cursos de Artes Visuais (Produção Artística, Design de Comunicação e Design de Produto) e de Audiovisuais (Comunicação Audiovisual) das escolas especializadas de ensino artístico, a disciplina de Projecto e Tecnologias funciona como um centro polarizador para o qual contribuem outras disciplinas.

A Teoria do Design é uma disciplina de opção da componente de formação técnica-artística, que funciona transversalmente aos vários cursos da escola, e visa contribuir para a abertura de um corpo de conhecimentos específicos cuja valia se reflectirá na prática projectual e, mais tarde, no prosseguimento de estudos ou inserção no mercado de trabalho.

Esta disciplina pretende edificar uma consciência crítica relativamente ao mundo envolvente, nomeadamente no que se refere aos objectos e aos espaços onde se inserem.

O fio condutor desta disciplina é a noção de que as formas dos objectos não surgem por acaso, são condicionadas por variadíssimos factores que, uma vez conhecidos, irão servir como critérios de avaliação estético/funcional/ambiental desses mesmos objectos.

Ter-se-á em conta a mudança de valores (e, portanto, a mudança de alguns critérios de avaliação), condicionada pelas transformações sociais, económicas, culturais e tecnológicas ao longo da história da produção de objectos, até à contemporaneidade.

Numa sociedade, marcada por rápidas mudanças nos planos económico e social, a disciplina de Teoria do Design, pelas características que lhe são próprias, deve proporcionar aos estudantes confiança na sua capacidade de se adaptarem à mudança e de responderem aos desafios que se apresentam na sua vida pessoal, académica e mais tarde profissional.

Para a elaboração do presente programa tomou-se em conta:

- os objectivos gerais da reforma do ensino artístico;
- o carácter optativo da disciplina;
- os perfis de formação inerentes a cada curso;
- a carga horária semanal de 2 unidades lectivas de 90 minutos, num cenário de 33 semanas de actividades lectivas;
- a valorização das aprendizagens experimentais, promovendo a integração das dimensões teórica e prática.

2. APRESENTAÇÃO

2.1. Finalidades

- Desenvolver uma cultura da prática do *design* que permita contextualizar adequadamente os projectos a desenvolver na disciplina de Projecto e Tecnologias.
- Desenvolver processos de compreensão e de interpretação das várias expressões do *design* em relação com o contexto do devir do projecto.
- Contribuir para o saber científico do *design*, aberto à crítica argumentativa e fundamentada.
- Reconhecer e saber utilizar as convergências entre as várias disciplinas do currículo.
- Ampliar e aprofundar a visão global do *design* e do *designer*.
- Possibilitar o desenvolvimento de competências inter-relacionais.
- Estruturar atitudes de autonomia e solidariedade.
- Desenvolver o espírito crítico.

2.2. Objectivos

- Desenvolver a capacidade de responder aos problemas de *design*, relacionando o pensamento criativo com a análise lógica, tendo em conta os desafios da actualidade: respeito pelo ambiente e pela dimensão humana (nas suas várias formas), na procura de um mundo mais integrador, utilizando as novas tecnologias e materiais.
- Desenvolver capacidades de formação e organização do conhecimento, recorrendo à pesquisa, articulação e sistematização da informação.
- Articular os conhecimentos científicos com a prática projectual, desenvolvendo respostas fundamentadas, em que a racionalidade e criatividade se articulem de forma integrada e qualificante.
- Apreender referentes culturais e estéticos que permitam um desenvolvimento de valores de qualidade.
- Identificar o papel dos objectos e artefactos como testemunho dos valores, aspirações e mitos da sociedade.
- Identificar o desenvolvimento material e tecnológico como factor de desenvolvimento.
- Adquirir uma atitude reflectiva que permita melhor compreender o impacto das novas tecnologias na forma dos objectos.
- Compreender as potencialidades do *design* como factor de transformação e valorização do meio envolvente e promoção da qualidade de vida.
- Conhecer linguagem verbal específica.

2.3 Visão Geral dos Temas / Conteúdos

11º ANO

66 unidades lectivas

• O objecto de *Design*

10 unidades lectivas

- Integração da disciplina no currículo.
- Noção de *Design*.
- Domínios do *Design*.
- Distinção entre objecto artístico e objecto de *design*.
- Análise do produto.
- Critérios de avaliação sob o ponto de vista do utilizador.
- Factores a considerar no *design* do produto.

• Funcionalismo e Racionalismo

24 unidades lectivas

- A Revolução Industrial.
- A diferença entre artesanato e produção industrial.
- As características do processo de produção industrial.
- Caracterização estético – funcional dos primeiros produtos industriais.
- As grandes exposições do século XIX.
- Do movimento *Arts and Crafts* à associação *Deutscher Werkbund*.
- Racionalidade *Bauhausiana*. (influências do movimento *De Stijl* e do Construtivismo Russo)
- Caracterização do Funcionalismo.
- As vanguardas estéticas europeias: Movimento Moderno.
- Funcionalismo Orgânico.

• **Design e estética após o Funcionalismo** **24 unidades lectivas**

- A aerodinâmica e o *styling* americano: a profissionalização do *design* e a obra de Raymond Loewy.
- O *design* Orgânico: Alvar Aalto, Arne Jacobsen, Eero Saarinen, Charles e Ray Eames.
- A escola de Ulm (Braun e a busca do mínimo necessário).
- O *design* Italiano.
- O *design* Pop, o *design* Radical e o *design* Pós-Moderno.
- *Design* e Globalização.

• **A formação do gosto** **8 unidades lectivas**

- O conceito de gosto.
- As transformações do gosto: causas sociológicas, técnicas e culturais.
- Produtos culturais da sociedade de massas: o *Kitsch*.
- Moda e mercado; fazedores do gosto.

12º ANO

66 unidades lectivas

• **Metodologia do projecto** **12 unidades lectivas**

- Modelos
- Macroestrutura e Microestrutura do processo projectual.
- Diacronia e sincronia.
- Requisitos de uso.
- Biónica.

• **Factores Humanos**

18 unidades lectivas

- Noção de utilizador: utilizadores primários, secundários e terciários.
- Noção de Ergonomia (relações homem-máquina, homem-objecto, homem-meio.)
- Objectivos e campos de aplicação.
- Modos de representação em Ergonomia.
- Exemplo de representação icónica – o modelo Antropométrico.
- Antropometria (funções, dimensões, amplitudes)
- Vantagens e limitações da Antropometria.
- Dimensões estruturais e dimensões funcionais.
- Influência do meio no comportamento humano: condições físicas e psicológicas)

• **Factores Económicos**

12 unidades lectivas

- Produção e venda.
- Custo, preço e valor.
- Mercado e concorrência.
- Necessidades primárias e secundárias.
- Criação artificial de necessidades secundárias.
- *Design* gráfico e a embalagem.

• **A sociedade da Imagem**

12 unidades lectivas

- Objecto e teoria da comunicação.
- Comunicação – Objecto.
- Critérios para avaliação de objectos de comunicação visual.
- Produto e comunicação.
- Publicidade.
- Mercado, concorrência e publicidade.

• **Factores Ambientais**

12 unidades lectivas

- Defesa dos recursos naturais.
- Poluição.
- Ciclo de vida de um produto.
- Reciclagem.
- Os 3R: **R**eduzir, **R**eutilizar, **R**eciclar.

2.4. Sugestões Metodológicas Gerais

Os alunos não vão, nesta disciplina, projectar objectos para interiorizar o processo. Vão analisar e avaliar os produtos de design para consolidar a teoria.

Apesar de alguns dos conteúdos serem abordados igualmente na disciplina de Projecto e Tecnologias, não nos podemos esquecer que a razão de ser da disciplina de Teoria do Design é a de contribuir para o saber científico do design que permita contextualizar adequadamente a prática projectual.

O aprofundamento e a consolidação da teoria, que no ensino básico e depois no 10º ano da disciplina de Projecto e Tecnologias (iniciação) era decorrente dos fenómenos verificados na prática ou abordados de forma básica, deve passar a fazer-se, agora, através da avaliação de “objectos” (artesanais, industriais, intervenções no ambiente, etc.), alargando, por um lado o conceito de *Design* (implantação histórica, ligação aos processos económicos e socioculturais, implicações ambientais) e, por outro lado, desenvolvendo a capacidade de análise crítica, os métodos de investigação e de tratamento de dados.

Cada bloco constará de uma parte expositiva teórica e de uma parte prática directamente relacionada com o conteúdo abordado. Preserva-se o espaço de liberdade e iniciativa de cada professor, na escolha dos métodos de ensino, das tecnologias de educação e dos tipos de meios auxiliares de ensino mais adequados.

No entanto, deve privilegiar-se a projecção de imagens na exposição teórica dos conteúdos, e as aulas devem ser orientadas para o debate aberto e para a participação crítica dos alunos, com a consequente recolha de conclusões. No que se refere à componente prática deve diversificar-se as estratégias, tendo em conta que a investigação é uma das competências essenciais da disciplina.

Será de ter em conta que a apresentação de cada conteúdo não tem necessariamente que circunscrever-se, apenas, à área do curso em que é leccionada a disciplina. No entanto, será motivante salientar, progressivamente, aspectos mais intimamente ligados à área específica do curso.

2.5. Competências

- Possuir capacidades de análise e crítica para uma actuação mais consciente ao nível da intervenção criativa e da cidadania.
- Saber pesquisar, sistematizar a informação e organizar o conhecimento.
- Identificar referentes culturais e estéticos.
- Dominar, compreender e aplicar os conceitos, processos e normas do *Design*, bem como os seus elementos fundamentais.
- Estruturar e comunicar as razões das opções tomadas, no contexto da resolução de um problema de *Design*.
- Dar soluções aos desafios da actualidade no que se refere ao respeito pelo ambiente e integração humana nas suas várias formas.
- Utilizar terminologia específica do *Design*.
- Dominar a língua portuguesa.
- Demonstrar atitudes de iniciativa e de autonomia.
- Fomentar atitudes interventoras, quando integrado em grupos de trabalho.
- Demonstrar valores, atitudes e práticas democráticas.

2.6. Recursos

Condições logísticas necessárias ao funcionamento da disciplina:

- Sala de aula que permita o obscurecimento da mesma.
- Aparelhos de reprodução e projecção de imagens, de audiovisuais e de outros recursos multimédia (retroprojector, projector de slides, videogravador, leitor de DVD, vídeo-projector) e monitores de som (altifalantes).
- Um ou mais computadores com ligação à *Internet*.

2.7. Avaliação

A avaliação, de acordo com a legislação em vigor, tem um carácter contínuo e formativo.

A avaliação fundamenta-se nos objectivos da disciplina e os seus parâmetros e processos devem ser previamente clarificados e planificados com os alunos.

A avaliação integra três modalidades: diagnóstica, formativa e sumativa.

A avaliação diagnóstica e formativa permitirá identificar problemas no processo de ensino/aprendizagem ao nível individual e colectivo (contexto turma), possibilitando a adopção de novas e diversificadas estratégias e metodologias.

A avaliação formativa será constituída pela observação directa durante as discussões e a realização das actividades práticas.

A avaliação sumativa decorrerá em três momentos, coincidentes com o final de cada período lectivo, e exprimirá uma interpretação, tão rigorosa quanto possível, dos dados recolhidos durante o processo de ensino/aprendizagem em que se observaram, e continuamente se comunicaram, tendo em conta os objectivos da disciplina e as competências a atingir.

Constituem parâmetros de avaliação em Teoria do Design:

- A aquisição de conceitos e competências.
- A capacidade de desenvolver processos analíticos e metodológicos.
- A aquisição de atitudes/valores.

No que diz respeito à aquisição de conceitos e competências deve considerar-se:

- Aquisição de conceitos, processos e normas do *design*;
- Identificação de referentes culturais e estéticos;
- Capacidade de formação e organização do conhecimento;
- Capacidade de pesquisa articulação e sistematização da informação;
- Utilização de terminologia específica.

Quanto à capacidade de desenvolver processos analíticos e metodológicos deve considerar-se:

- Aplicação e articulação dos conhecimentos;
- Demonstração, nas análises solicitadas, de uma consciência crítica fundamentada;
- Aplicação de conceitos e de metodologias apropriadas na resolução de problemas;
- Inovação e criatividade.

No que respeita à aquisição de atitudes/valores deve considerar-se:

- Motivação e participação;
- Assiduidade;
- Iniciativa e autonomia;
- Relação interpessoal;
- Capacidade de participação e dinamização em trabalho de grupo.

Constituem instrumentos de avaliação sumativa a participação do aluno durante as discussões em torno dos conteúdos programáticos, os trabalhos práticos realizados (fichas de trabalho, estudos de caso, trabalhos de grupo, trabalhos expositivos, etc.), os testes, bem como as capacidades, atitudes e valores demonstrados.

Deverá valorizar-se a reflexão teórica e o conhecimento científico.

A avaliação global terá lugar após apreciação colectiva do trabalho desenvolvido e das competências adquiridas, favorecendo a reflexão e a auto-avaliação do aluno no contexto da turma.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1. 11º Ano

O OBJECTO DE DESIGN

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|---|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Integração da disciplina no currículo. Noção de <i>Design</i>. Domínios do <i>Design</i>. <ul style="list-style-type: none"> Distinção entre objecto artístico e objecto de <i>design</i>. <ul style="list-style-type: none"> Análise do produto. Critérios de avaliação sob o ponto de vista do utilizador. Factores a considerar no <i>design</i> do produto. | <ul style="list-style-type: none"> Entender os objectivos e o enquadramento da disciplina. Entender o papel do <i>Design</i> na actual sociedade. Encontrar uma definição de <i>Design</i>. <ul style="list-style-type: none"> Distinguir objecto artístico e objecto de <i>design</i>. <ul style="list-style-type: none"> Aplicar critérios de avaliação na apreciação de objectos de <i>design</i>. Contactar com terminologia própria do <i>Design</i>. Desenvolver a capacidade de análise e crítica. Compreender a inter-relação de diversos factores como a essência do <i>Design</i>. | <ul style="list-style-type: none"> A partir da designação da disciplina, e em diálogo com os alunos, o professor conduzirá a aula de modo a encontrar uma definição de <i>Design</i> e a contextualizar a disciplina de Teoria do Design. <ul style="list-style-type: none"> Através da análise de imagens, conduzir os alunos à compreensão dos conceitos que distinguem uma obra de Arte de um objecto de <i>Design</i>. <ul style="list-style-type: none"> Fornecer aos alunos uma ficha de análise (ex: ficha de análise proposta por Bruno Munari in “Das coisas nascem coisas”). A escolha do objecto deve ficar ao critério do aluno sob a orientação do professor. Antes do preenchimento da ficha o professor deverá explicar o significado de cada um dos itens nela contidos. O preenchimento desta ficha deverá ser faseado. | 10 unidades lectivas |

FUNCIONALISMO E RACIONALISMO

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|--|--|---|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • A Revolução Industrial. • A diferença entre artesanato e produção industrial. • As características do processo de produção industrial. • Caracterização estético-funcional dos primeiros produtos industriais. • As grandes exposições do século XIX. • Do movimento <i>Arts and Crafts</i> à associação <i>Deutscher Werkbund</i>. • Racionalidade <i>Bauhausiana</i>. (influências do movimento <i>De Stijl</i> e do Construtivismo Russo) • Caracterização do Funcionalismo. • As vanguardas estéticas europeias: Movimento Moderno. • Funcionalismo Orgânico. | <ul style="list-style-type: none"> • Contactar com os referenciais artísticos que antecederam o aparecimento do <i>Design</i>. • Perceber como surge a “sociedade do <i>Design</i>” no seu contexto e evolução. • Reconhecer o papel determinante da Bauhaus na teorização de uma “estratégia estético-cultural”. • Saber caracterizar o Funcionalismo. • Saber identificar o estilo internacional e o funcionalismo orgânico, bem como conhecer os seus principais mentores. | <ul style="list-style-type: none"> • As aulas expositivas devem sempre apoiar-se no diálogo professor/alunos em torno de imagens projectadas. • Nesta abordagem à história do <i>Design</i>, devem ser abordados apenas os conceitos essenciais que permitam aos alunos compreender o aparecimento do <i>Design</i> enquanto disciplina autónoma e essencial à produção industrial, bem como as correntes surgidas à <i>posteriori</i> fruto do desenvolvimento tecnológico e social. • Exemplo de fichas de trabalho: Caracterização estético-funcional dos objectos e seu relacionamento com os materiais/tecnologias empregues e respectivos estilos. Faseadamente devem ser elaboradas fichas que registem a evolução estético-funcional dos objectos. • O professor deve incentivar a pesquisa de informação na <i>Internet</i>, fornecendo sites relativos à temática em estudo e, sempre que possível, com recurso às TIC. • Devem ser tidos em conta os perfis de formação inerentes a cada curso. | 24 unidades lectivas |

DESIGN E ESTÉTICA APÓS O FUNCIONALISMO

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|--|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • A aerodinâmica e o <i>styling</i> americano: a profissionalização do <i>Design</i> e a obra de Raymond Loewy. • O <i>design</i> Orgânico: Alvar Aalto, Arne Jacobsen, Eero Saarinen, Charles e Ray Eames. • A escola de Ulm (Braun e a busca do mínimo necessário). • O <i>design</i> Italiano. • O <i>design</i> Pop, o <i>design</i> Radical e o <i>design</i> Pós-Moderno. • <i>Design</i> e Globalização. | <ul style="list-style-type: none"> • Compreender o modelo consumista norte-americano. • Entender a relação dos novos materiais e tecnologias com o <i>design</i> orgânico. • Compreender a influência crescente da indústria no <i>Design</i>. • Compreender a crítica teórica dos postulados do movimento moderno. • Observar a crescente autonomia do <i>Design</i> e o surgimento e consolidação de novas áreas de actuação. | <ul style="list-style-type: none"> • A metodologia a adoptar na componente prática deve contemplar nomeadamente “Estudos de caso” e privilegiar o trabalho em grupo. • Os alunos poderão comparar os objectos contemporâneos com exemplos do período da história do <i>design</i> contemplado no presente módulo. • Os estudos a desenvolver devem contemplar, entre outros, os seguintes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> - O aparecimento de um novo interveniente no processo de <i>design</i>: o utilizador. - Os novos materiais e tecnologias e as mais valias que introduzem no aspecto formal dos objectos - O surgimento de novas realidades sociais. - A ruptura dos padrões tradicionais. - A introdução dos computadores no processo de concepção e produção. - Os papéis dos diversos intervenientes numa nova lógica produtiva industrial. - O <i>design</i> inclusivo e os sete princípios do <i>Design</i> Universal. | 24 unidades lectivas |

A FORMAÇÃO DO GOSTO

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|--|---|---|---------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> O conceito de gosto. As transformações do gosto: causas sociológicas, técnicas e culturais. Produtos culturais da sociedade de massas: o <i>Kitsch</i>. Moda e mercado; fazedores do gosto. | <ul style="list-style-type: none"> Compreender que a obra de arte não pode entender-se dissociada do sistema cultural que a gerou. Perceber de que modo a indústria provocou uma desorientação estética do público consumidor, agravada mais tarde com o aparecimento do cinema e dos <i>media</i>. Saber equacionar e analisar produtos culturais da sociedade de massas. Compreender o papel da moda na actual sociedade. | <ul style="list-style-type: none"> As aulas expositivas devem sempre apoiar-se no diálogo professor/alunos em torno de imagens projectadas. Exemplo de estratégia: tendo por base o conceito da obra “História da Beleza”, com direcção de Humberto Eco, imaginar de que modo um viajante do futuro interpretaria a coexistência de diferentes conceitos de gosto numa mesma época. Propõe-se a análise de um objecto e sua decodificação em termos estético funcionais. Perceber como o mercado explora o gosto dos consumidores através de exemplos concretos do quotidiano dos alunos. Devem ser tidos em conta os perfis de formação inerentes a cada curso. | 8 unidades lectivas |

3.2. 12º Ano

METODOLOGIA DO PROJECTO

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|--|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Modelos • Macroestrutura e Microestrutura do processo projectual. • Diacronia e sincronia. • Requisitos de uso. • Biónica. | <ul style="list-style-type: none"> • Racionalizar a problemática da metodologia projectual do <i>Design</i>. • Sistematizar uma atitude metodológica na projectação. | <ul style="list-style-type: none"> • O objectivo desta unidade é tornar mais consciente para o aluno a atitude racional e sistemática de equacionar um problema e concretizar o projecto da sua solução. • O desenvolvimento deve centrar-se principalmente na Microestrutura referente à fase da identificação de problemas e respectivas técnicas para a sua resolução. • O trabalho prático (desenvolvimento de uma metodologia projectual) deve estar relacionado, preferencialmente, com o curso que o aluno frequenta e em articulação com o professor da disciplina de Projecto. | 12 unidades lectivas |

FACTORES HUMANOS

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|---|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Noção de utilizador: utilizadores primários, secundários e terciários. • Noção de Ergonomia (relações homem-máquina, homem-objecto e homem-meio). • Objectivos e campos de aplicação. • Modos de representação em Ergonomia. • Exemplo de representação icónica – o modelo Antropométrico. • Antropometria (funções, dimensões e amplitudes). • Vantagens e limitações da Antropometria. • Dimensões estruturais e dimensões funcionais. • Influência do meio no comportamento humano: condições físicas e psicológicas). | <ul style="list-style-type: none"> • Saber diferenciar e caracterizar os diversos tipos de utilizadores. • Compreender o que é a Ergonomia enquanto disciplina autónoma e qual o seu campo de acção e aplicação. • Contactar com formas científicas de obter dados essenciais para o processo projectual e saber aplicá-los. • Conhecer a Antropometria como fonte de dados para a Ergonomia. • Compreender a influência do meio no comportamento humano no âmbito da Psicologia e da Fisiologia. | <p>Exemplos de trabalhos práticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listar todos os utilizadores de um determinado objecto. • Observar várias representações utilizadas em Ergonomia e analisá-las em relação à finalidade, linguagem, etc. • Observar esquemas, diagramas, modelos, tabelas e gráficos utilizados em Antropometria. • Construir um modelo antropométrico. • Analisar um espaço de trabalho relacionado com a sua área de estudos e construir um diagrama dos movimentos para a utilização de determinado equipamento ou espaço entre equipamentos; desenvolver esquemas de sequência de movimentos; analisar as necessidades desse mesmo espaço relativamente à temperatura, humidade, vibração, ruído, iluminação, cor, stress, fadiga, etc.. | 18 unidades lectivas |

FACTORES ECONÓMICOS

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|---|---|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Produção e venda. • Custo, preço e valor. • Mercado e concorrência. <ul style="list-style-type: none"> • Necessidades primárias e secundárias. • Criação artificial de necessidades secundárias. • <i>Design</i> gráfico e a embalagem. | <ul style="list-style-type: none"> • Compreender que as decisões tomadas no <i>Design</i> afectam o preço ao influir no custo, tornando-se elemento chave na produção e venda de um produto. • Distinguir os conceitos de custo, lucro, preço e valor. • Distinguir necessidades primárias das secundárias. • Aprender a decodificar as estratégias comerciais. • Compreender o papel da embalagem na sedução do consumidor. | <p>Exemplos de trabalhos práticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Após uma visita de estudo a uma unidade fabril relacionada com a sua área de estudos: representar o “ciclo de vida “ de um produto desde a sua manufactura à sua “morte”, (passando pela embalagem, transporte, instalação, manutenção e remoção). • Analisar produtos num supermercado: os aspectos do <i>design</i> dos vários produtos de uma marca que os distinguem dos outros e como conjunto: <ul style="list-style-type: none"> - comparar embalagens de produtos com as mesmas funções; - analisar os meios utilizados para acentuar a qualidade do seu conteúdo; - reflectir sobre a relação forma-conteúdo em embalagens despidas de todo o texto ou imagens impressas para informação; - listar, através da observação das mesmas embalagens, o reforço das informações através do texto, imagem, cor forma etc.. | 12 unidades lectivas |

A SOCIEDADE DA IMAGEM

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|---|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Objecto e teoria da comunicação. • Comunicação – Objecto. • Critérios para avaliação de objectos de comunicação visual. • Produto e comunicação. • Publicidade. <ul style="list-style-type: none"> • Mercado, concorrência e publicidade. | <ul style="list-style-type: none"> • Analisar o papel desempenhado pelos media nas sociedades de consumo. • Questionar a importância da imagem e descobrir a sua linguagens e meios. • Compreender que as imagens são sempre portadoras de uma multiplicidade de sentidos e que a comunicação depende grandemente do receptor. <ul style="list-style-type: none"> • Compreender a acção da publicidade como expressão da ideologia da sociedade de consumo. • Analisar os efeitos económicos da publicidade. | <p>Exemplos de trabalhos práticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisar anúncios publicitários (revistas, jornais, cartazes, rádio, televisão, etc.): <ul style="list-style-type: none"> - O que é que veiculam explicitamente; - O que é que veiculam implicitamente; - As personagens: seus papéis e relações (auto projecção); - Ideais que veiculam e utilizam (necessidades secundárias); - O público a que se destina, etc.. • Contacto com publicitários ou agências de publicidade. | 12 unidades lectivas |

FACTORES AMBIENTAIS

| TEMAS/CONTEÚDOS | OBJECTIVOS | SUGESTÕES METODOLÓGICAS | CARGA HORÁRIA |
|---|---|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> Defesa dos recursos naturais. Poluição. Ciclo de vida de um produto. Reciclagem. Os 3R: Reduzir, Reutilizar, Reciclar. | <ul style="list-style-type: none"> Reflectir sobre o papel fundamental do <i>Design</i> no âmbito de um desenvolvimento sustentável. Compreender que projectar para o ambiente, significa reduzir o impacto ambiental dos produtos industriais. | <ul style="list-style-type: none"> Contacto com instituições ligadas à defesa do meio ambiente. Analisar o ciclo de vida de um produto. Visita de estudo a uma unidade de reciclagem. Contacto com um técnico especialista em energias alternativas. Pesquisa e listagem de materiais reciclados. | 12 Unidades lectivas |

4. FONTES

ALESSI, Alberto (2002). *The Dream Factory*. Milão: Electa / Alessi.

A história de uma empresa familiar italiana que se tornou um ícone na história do *Design* pós-modernista. Objectos de uso doméstico de Sottsass a Starck.

ARGAN, Giulio Carlo (2006). *Walter Gropius y la Bauhaus*. Madrid: Abada Editores.

Argan é um nome de referência obrigatório para quem deseje estudar o protagonista máximo da Bauhaus: Walter Gropius.

BAUDRILLARD, Jean (2007). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.

Uma análise profunda daquilo que constitui um dos fenómenos mais característicos das sociedades desenvolvidas da segunda metade do século XX, mostrando de que forma as grandes corporações tecnocráticas suscitam desejos irreprimíveis, criando novas hierarquias sociais que substituíram as antigas diferenças de classes. O consumo, na qualidade de novo mito tribal, transformou-se, segundo o autor, na moral do mundo contemporâneo.

BONSIEPE, Gui (1992). *Teoria e Prática do Design Industrial*. Lisboa: Centro Português de Design.

Obra de referência para estudantes e *designers*. Uma das primeiras tentativas de combinar uma apresentação didáctica dos problemas, dos métodos e das técnicas projectuais.

BROWER, Cara, MALLORY, Rachel e OHLMAN, Zachary (2007). *Diseño eco-experimental*. Madrid: Gustavo Gili.

Esta obra recolhe uma série de projectos que integram técnicas e práticas de *design* sustentável que ilustram o criativo, o experimental, o inteligente e a novidade que pode resultar do design ecológico.

DORFLES, Gillo (1989). *As Oscilações do Gosto*. Lisboa: Livros Horizonte.

As relações e os contrastes entre a concepção sociológica e estética. A influência vinculante que a civilização tecnológica e consumista exerce sobre a obra de Arte.

----- (1980). *O Design Industrial e a sua Estética*. Lisboa: Ed. Presença.

Nesta obra, Gillo Dorfles explora o carácter artístico do desenho industrial e a sua grande difusão e intervenção na vida social moderna, examinando aspectos ligados ao grafismo, à embalagem, à moda, ao *marketing* e propondo uma estrutura curricular coerente para o ensino desta disciplina.

DROSTE, Magdalena (1992). *Bauhaus*. Colónia: Taschen.

Maddalena Droste, na qualidade de colaboradora científica do Arquivo/Museu Bauhaus, traça uma história desta importante escola de 1919 a 1933, sob a perspectiva revista dos últimos anos.

FEATHERSTONE, Mike (2000). *Cultura de Consumo y Posmodernismo*. Madrid: Amorrortu Editores.

A prioridade do consumo como determinante da vida quotidiana. A publicidade dos *mass media* e a dinâmica do mercado levam a uma busca constante de novas modas, novos estilos, novas sensações e experiências. Os bens materiais consomem-se mais como “comunicadores” do que como meras utilidades; valorizam-se como significantes do gosto e

do estilo de vida. Este livro examina as teorias do consumo e do posmodernismo, relacionando-as com a verdadeira natureza da cultura de consumo dos nossos dias.

GUIDOT, Raymond (2000). *Histoire du design 1940-2000*. Paris: Hazan.

Os marcos essenciais da história do *Design*, analisados num contexto histórico global. Cronologias, biografias e bibliografias.

GUILLAUME, Paul (1979). *La Psychologie de la forme*. Paris: Flammarion.

Obra de referência neste domínio que aborda os princípios da *Gestalttheorie*.

GRONDIN, Pierrette (2001). *Cyberculture et objects de design industriel*. Paris: L'Harmattan.

Um novo olhar sobre o objecto e o *design* industrial. Segundo o autor, as mudanças tecnológicas, associadas à introdução da informática, contribuem para a aproximação do objecto ao consumidor. Interessante abordagem da história do *Design*.

JOLY, Martine (2007). *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70.

O objectivo da obra é ajudar a melhor compreender o modo como a imagem comunica e transmite mensagens. Metodologia aplicada à análise de imagens publicitárias. Exemplos concretos.

KOHLER, Wolfgang (2000). *La Psychologie De La Forme*. Paris: Gallimard.

Para a psicologia contemporânea, a psicologia da forma representa, como a psicanálise, um passo decisivo em relação às conquistas do século XX.

LORENZ, Christopher (1991). *A Dimensão do Design*. Lisboa: Centro Português do Design.

O poder ao utilizador. O autor analisa algumas empresas globais como a Sony, a Ford ou a Philips, que deram um novo estatuto ao *Design*.

MANZINI, Ezio (1993). *A matéria da invenção*. Lisboa: Centro Português de Design.

O autor examina novas possibilidades dos materiais, o seu impacto no processo de concepção e as qualidades técnicas, mas também culturais, que se pode esperar de um produto.

MOLES, Abraham (1971). *O kitsch: A arte da felicidade*. S. Paulo: Ed. Perspectiva.

A análise do *kitsch* por meio de um método semântico-integrador: parte de diversas acepções do termo para inserir esta ausência de estilo num amplo quadro sócio-cultural, que cada vez mais caracteriza o modo de vida da sociedade afluenta.

MONNEYRON, Frederic (2006). *50 Respuestas sobre la Moda*. Madrid: Gustavo Gili.

Este livro propõe uma breve história da moda e faz o balanço das principais interpretações sociológicas que tem suscitado, desde o séc. XIX até aos nossos dias.

MUNARI, Bruno (1981). *Das Coisas Nascem Coisas*. Lisboa: Edições 70.

Este livro é um dos clássicos indispensáveis dos estudantes de *Design*. «Projectar é fácil quando se sabe o que fazer. Tudo se torna fácil quando se conhece o modo de proceder para alcançar a solução de algum problema». Munari compilou, neste volume, uma série de exemplos dessa arte de projectar objectos. Concebido como um espécie de dicionário ilustrado, o livro cita, como referência, desde obras tão distantes como O Zen, de Alan Watts, à Teoria da Prática do Desenho Industrial, de Gui Bonsieppe. Aparentemente, um livro

prático: Como decorar? Como aproveitar o espaço? Que materiais utilizar? Mas, na realidade, uma obra invulgarmente estimulante, que nos propõe uma arte de ver, uma arte de projectar, uma arte de manipular e, fundamentalmente, uma radical transformação da nossa capacidade de intervir no quotidiano.

MUNARI, Bruno (1968). *Artista e Designer*. Lisboa: Edições 70.

Nesta obra, Munari aborda um tema de grande actualidade, o da separação entre a arte pura e a produção artística destinada às exigências da indústria e do consumo de massas.

MUNARI, Bruno (1968). *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70.

Texto ilustrativo daquilo que é o *Design*, de como funciona a lógica criativa dos *designers* e do uso que estes fazem das técnicas e dos materiais, esta é uma das principais obras de Munari.

PANERO, Julios e ZELNIK, Martin (1983). *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. Barcelona: Gustavo Gili.

Aplicação da Antropometria, tabelas antropométricas ilustradas.

PAPANEK, Victor (1977). *Diseñar para el Mundo Real*. Madrid: H. Blume Ediciones.

Texto premonitório sobre as preocupações dos *designers* e industriais empenhados nos problemas ecológicos. Objectivos do *design* ecológico e respostas de acordo com contextos dados.

----- (1995). *Arquitectura e design*. Lisboa: Edições 70.

Vitor Papanek, criador e professor de *Design*, acredita que as nossas vidas e o meio ambiente podem ser influenciados, para o bem e para o mal, pelo poder do *Design*. Neste livro, o autor mostra como cada um de nós, criador ou utente, pode contribuir para o bem-estar da população e do planeta.

QUARANTE, Daniele (1994). *Éléments de design industriel*. Paris: Editions Polytechnica.

Obra de referência para estudantes, professores e profissionais. As fontes do *design* industrial e as componentes estéticas do produto. Elementos teóricos e metodológicos.

RAIZMAN, David (2003). *History of Modern Design*. Londres: Laurence King Publishing.

Uma contribuição recente para o estudo e compreensão da história do *Design*.

REYTIER, Pascal (2003). *Ergonomie au Travail, Principes et Pratiques*. Paris: Afnor.

Os princípios fundamentais da Ergonomia enquanto disciplina científica. O autor cita e comenta as etapas necessárias à aplicação da Ergonomia em contexto de empresa.

WICK, Rainer (1989). *Pedagogia da Bauhaus*. S. Paulo: Martins Fontes.

As principais concepções pedagógicas da Bauhaus. A prática pedagógica de alguns dos principais professores da escola.