



PROJECTO III

3.º Ano

Regime: Semestral – 1.º

Ano Lectivo: 2006/2007

Carga Horária: 4 H – TP

Docente: Assistente do 2.º Triénio Maria João Bom Mendes dos Santos

'Graphic design is a ubiquitous presence in our daily lives that can engage and inform us or simply add to the visual morass of contemporary culture. Important and unimportant messages are graphically communicated throughout the day. From the face of the clock that wake us, the morning newspaper, and the subway or expressway signs on our way to work to the weather map on the evening news and the preparation of dinner, graphics are a constant in the lives of a captive audience unaware that the profession of graphic design exists and that quality can be on consequence'.

CAROLINE HIGHTOWER in "Graphic Design in America"

OBJECTIVOS:

- Dar a conhecer que as inovações em design resultam de malhas de relações "recursos/necessidades" bastante mais complexas do que à partida parecem.
- Dar a conhecer que o design consiste em conjugar elementos de modo a fazerem sentido ou sentidos consoante a natureza dos diferentes projectos.
- Dar a conhecer que as oscilações de gosto e que os modelos do design não devem por a tónica na qualidade(s) do(s): entalhe(s) (ornato(s), mas sim no sentido(s) do objecto(s), incorrendo-se, se assim não for, na possibilidade das fronteiras entre o *styling* e o design se tornarem demasiado fluídas.
- Dar a conhecer que os trabalhos nascem a partir da vida e obra de outros objectos impregnados de cargas simbólicas, cuja vida e história não pode ser ignorada.

Objectivos específicos

- Dar a conhecer outros sistemas de sinalização preexistentes.
- Chamar a atenção para o facto de que quando algum pictograma já foi utilizado previamente, isto independentemente da sua performance ser a melhor, procurar ver se este resulta da mesma maneira quando colocado noutra lugar.

- Dar a conhecer alguns dos equipamentos e produtos utilizados na indústria gráfica e de mobiliário urbano utilizados em projectos de sinalização como o proposto.
- Aprender a respeitar a relação comercial designer/cliente/fornecedor, partindo do princípio que de tal forma se atingirá mais facilmente os objectivos propostos “rapidez — eficiência — disponibilidade”, para todos os envolvidos no processo
- Dar a conhecer que os ícones de prosperidade da cidade templária de Tomar, não são os únicos actualmente disponíveis para se realizar um projecto desta envergadura.
- Criação e desenvolvimento de uma capacidade de análise autónoma relativamente às criações de design, que seja simultaneamente complementar dos níveis estético, histórico, metodológico e sócio-económico.
- Compreensão e investigação metódica dos elementos e factores inerentes à especificidade da disciplina
- Desenvolvimento de um adestramento psicomotor e conceptual na selecção e utilização de técnicas adequadas aos diferentes tipos de comunicação visual.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Projecto

Este Projecto consiste num olhar diferente e crítico sobre alguns espaços públicos e privados da cidade de Tomar.

Os espaços privados e públicos como projecto de Comunicação Global. Um global diferente, cheio de particularidades, que não devem ser menosprezadas mas contempladas na sua plenitude e individualidade.

Quero com isto dizer cada grupo de alunos deverá ser responsável pela concepção da sinalização, pictografia e pela representação diagramática dos espaços públicos e privados pré-definidos da cidade de Tomar.

METODOLOGIA:

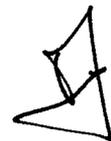
Explicitação dos conteúdos programáticos enquanto instrumentos de conhecimento e metodologias de investigação, e a sua compreensão concreta ao nível da comunicação visual e da indústria gráfica em geral, complementados por meio de diapositivos, acetatos, CD-RW, entre outras formas de material visual.

Este processo terá como ponto culminante a apresentação no final do semestre das soluções propostas pelos alunos, para avaliação da forma como foram aplicados os conteúdos ministrados ao longo das aulas, na solução dos problemas concretos de design colocados.

BIBLIOGRAFIA GERAL ou ESPECÍFICA:

- Aicher, Otl: “Sistemas de signos en la comunicación visual”, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1987.
- Bonsiepe, Gui: “Teoria e Prática do Design Industrial”, Lisboa, Centro Português de Design, 1992.

- Chaves, N: "La Imagem Corporativa". Teoria e Metodologia de la identificacion institucional", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979.
- Frutiger, A: "Signos, Símbolos, Marcas e Señales – Elementos, morfologia, representación, significación", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, colección Diseño, 1975.
- Hofmann, A: "Graphic Design Manual", 4ª edição, London, Academy Editions, 1979.
- Jones, T: "Getting Jobs in Graphic Design", London, Cassel Publishers Limited, 1988.
- March, M: "Tipografia Criativa", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1989.
- Moles, A: "O Cartaz", São Paulo, Editora Perspectiva, coleção debates, 1990.
- McMurtrie, D: "O Livro", Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1982
- Munari, B, "Artista e Designer", Lisboa, Editorial Presença, 1979.



MÉTODOS DE AVALIAÇÃO:

Serão realizadas ao longo do semestre três avaliações distintas: uma nos dias 23 & 24 de Outubro do corrente ano, e outra nos dias 20 & 21 de Novembro de 2006, e ainda uma avaliação final, que corresponde à frequência, em data a combinar com os alunos;

Perde o direito à frequência o aluno que ao total das aulas práticas fixadas para a disciplina de Projecto III, dê um número de faltas superiores a um terço;

A avaliação é contínua e incide sobre o número de presenças e participação nas aulas e sobretudo sobre a apresentação de trabalhos ou outras formas de avaliação adequadas à natureza da disciplina, como indicado anteriormente;

São admitidos a exame final todos os alunos que se encontrem inscritos na disciplina, excepto os que se encontrem nas seguintes situações:

- Tenham sido dispensados de exame
- Tenham sido excluídos de exame.

Critérios de Valoração

- Adequação das soluções optimais às características do projecto (funcionalidade, viabilidade) 30%
- Conceptualização 15%
- Qualidade de Execução e Apresentação 10%
- Criatividade 30%
- Assiduidade e empenhamento 10%
- Cumprimento dos prazos de entrega 5%

(Dr.ª Maria João Bom Mendes dos Santos – Ass. 2.º Triénio)