



PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESIGN – MESTRADO PROFISSIONAL
I Etapa – Prova de Conhecimentos (EDITAL N.º 032/2024 PROPESP/UFAM)

Nome do candidato

Assinatura do candidato

Data: 28/06/2024

INSTRUÇÕES:

1. Leia atentamente toda a prova antes de iniciá-la. Informe imediatamente qualquer erro na impressão ou constituição;
2. Preencha a prova com **caneta azul** ou **preta**. Respostas preenchidas a lápis não serão consideradas na correção;
3. Assinale a resposta no local a isto destinado e não rasure, pois caso o faça a questão não será considerada. **Preencher completamente o quadrado** equivalente a alternativa escolhida na folha de respostas ao lado.
4. A prova será das 14:00 às 17:00 horas. Por motivo de segurança, nenhum candidato poderá se retirar da sala antes de decorrida 1 (uma) hora do início da prova;
5. Durante a realização das provas não será admitida qualquer espécie de consulta ou comunicação entre os candidatos, nem a utilização de livros, manuais, impressos ou anotações, agendas eletrônicas ou similares, telefone celular, gravador ou qualquer outro receptor de mensagens;
6. Quando terminar, entregue sua prova ao responsável pela aplicação;
7. O candidato não poderá levar o caderno de questões, sob qualquer hipótese, sendo eliminado desse processo seletivo o candidato que o fizer.

BOA SORTE!

CARTÃO RESPOSTA

	A	B	C	D	E
Q 01	<input type="checkbox"/>				
Q 02	<input type="checkbox"/>				
Q 03	<input type="checkbox"/>				
Q 04	<input type="checkbox"/>				
Q 05	<input type="checkbox"/>				
Q 06	<input type="checkbox"/>				
Q 07	<input type="checkbox"/>				
Q 08	<input type="checkbox"/>				
Q 09	<input type="checkbox"/>				
Q 10	<input type="checkbox"/>				
Q 11	<input type="checkbox"/>				
Q 12	<input type="checkbox"/>				
Q 13	<input type="checkbox"/>				
Q 14	<input type="checkbox"/>				
Q 15	<input type="checkbox"/>				
Q 16	<input type="checkbox"/>				
Q 17	<input type="checkbox"/>				
Q 18	<input type="checkbox"/>				
Q 19	<input type="checkbox"/>				
Q 20	<input type="checkbox"/>				

QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLHA

Q1. A ergonomia pode dar diversas contribuições para melhorar as condições de trabalho. Em empresas, estas podem variar, conforme a etapa em que ocorrem. Em alguns casos, são bastante abrangentes, envolvendo a participação dos diversos escalões administrativos e vários profissionais dessas empresas. A contribuição da ergonomia, de acordo com a ocasião em que é feita, classifica-se em? Assinale a alternativa **INCORRETA**.

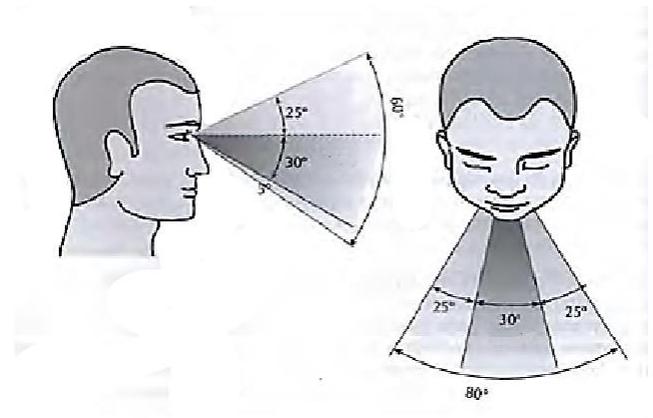
- a) () **Ergonomia de concepção:** A ergonomia de concepção ocorre quando a contribuição ergonômica se faz durante o projeto do produto, da máquina, ambiente ou sistema. Esta é a melhor situação, pois as alternativas poderão ser amplamente examinadas, mas ela exige maior conhecimento e experiência, porque as decisões são tomadas com base em situações hipotéticas sobre um sistema que ainda não existe.
- b) () **Ergonomia de correção:** A ergonomia de correção é aplicada em situações reais, já existentes, para resolver problemas que se refletem na segurança, fadiga excessiva, doenças do trabalhador ou quantidade qualidade da produção. Muitas vezes, a solução adotada não é completamente satisfatória, pois ela pode exigir custo elevado de implantação. Por exemplo, a substituição de máquinas ou materiais inadequados pode tornar-se muito onerosa.
- c) () **Ergonomia de conscientização:** A ergonomia de conscientização procura capacitar os próprios trabalhadores para a identificação e correção dos problemas do dia-a-dia ou aqueles emergenciais. Muitas vezes, os problemas ergonômicos não são completamente solucionados na fase de concepção e nem na fase de correção. Além do mais, novos problemas poderão surgir a qualquer momento, devido à própria dinâmica do processo produtivo.
- d) () **Ergonomia de produção:** Na ergonomia de produção pode-se dizer que o sistema produtivo e os postos de trabalho assemelham-se a organismos vivos em

constante transformação e adaptação.

Portanto, o importante é conscientizar o operador, através cursos de treinamento e frequentes reciclagens, ensinando-o a trabalhar de forma segura, reconhecendo os fatores de risco podem surgir, a qualquer momento, no ambiente de trabalho.

- e) () **Ergonomia de participação:** A ergonomia de participação procura envolver o próprio usuário do sistema, na solução de problemas ergonômicos. Este pode ser o trabalhador, no caso de um posto de trabalho ou consumidor, no caso de produtos de consumo. Esse princípio é baseado na crença de que eles possuem um conhecimento prático, cujos detalhes podem passar despercebidos ao analista no projetista.

Q2. Nossos olhos têm uma grande mobilidade, podendo fazer muitas fixações, praticamente sem movimentarmos a cabeça. Entretanto, quando se exige atenção em um campo visual mais amplo, pode-se estabelecer uma hierarquia, em quatro níveis.



- i. Situa-se o campo visual que se consegue atingir com o movimento da cabeça, lembrando que a coluna cervical tem uma grande mobilidade. A cabeça consegue girar até 55° para a esquerda ou direita, inclinar-se até 40° para baixo e 50 para cima e pender-se para um dos lados do ombro, à esquerda ou à direita, em até 40°. Os cones de visão ótima e de visão máxima acompanham esses movimentos da cabeça



- II. Os objetos situados dentro dessa área podem ser visualizados continuamente, praticamente sem nenhum movimento dos olhos. Situa-se em um cone abaixo da linha horizontal de visão com abertura de 30° para frente e para os lados.
- III. Nesse nível exigem-se movimentos corporais maiores no pescoço, girar o tronco ou levantar-se da cadeira.
- IV. É a visão que se consegue, movimentando-se somente os olhos, sem movimentar a cabeça. Situa-se até 25° acima da linha horizontal de visão e 35° abaixo da mesma e, lateralmente, faz uma abertura horizontal de 80°, portanto, a 25° de cada lado, além da área de visão ótima.

A partir dos conceitos acima, assinale a resposta que possui os tipos de visão associados aos conceitos **respectivamente**:

- a. () Visão ampliada; Visão estendida; Visão máxima; Visão ótima.
- b. () Visão ótima; Visão ampliada; Visão estendida; Visão máxima
- c. () Visão estendida; Visão ampliada; Visão ótima; Visão máxima.
- d. () Visão ampliada; Visão ótima; Visão estendida; Visão máxima.
- e. () Visão máxima; Visão ampliada; Visão ótima; Visão estendida.

Q3. O enfoque ergonômico é baseado na teoria dos sistemas. A palavra sistema geralmente é utilizada com muitos sentidos: sistema de governo, sistema fluvial, sistema de refrigeração. Entretanto, para o nosso caso será adotado um conceito que vem da biologia: “sistema é o conjunto de elementos que interagem entre si, com um objetivo comum e que evoluem no tempo”. Assim existem três aspectos que caracterizam um sistema: os seus componentes (elementos ou subsistemas); as relações (interações) entre sistemas; e sua permanente evolução.

Um sistema pode ser tão amplo quanto um país, região ou uma grande empresa, ou ser focado em algum detalhe como uma célula (biologia) ou posto de trabalho. Em qualquer um desses casos, é composto

pelos seguintes elementos:

- I. **Fronteira** – São os limites do sistema, que podem tanto ter existência física, como a membrana de uma célula ou parede de uma fábrica, como pode ser uma delimitação imaginária para efeito de estudo, como a fronteira de um posto de trabalho;
- II. **Subsistemas** – são os elementos que compõe o sistema, e estão contidos dentro da fronteira;
- III. **Interações** – são as relações entre os subsistemas;
- IV. **Entradas** – representam os insumos ou variáveis dependentes do sistema;
- V. **Saídas** – representam os insumos ou variáveis independentes do sistema;
- VI. **Processamento** – são atividades desenvolvidas pelos subsistemas que interagem entre si para converter as entradas em saídas;
- VII. **Ambiente** – são variáveis que se situam dentro da fronteira e não podem influir no desempenho do sistema.

Considerando os elementos apresentados, assinale a alternativa que apresenta a conceituação **CORRETA**:

- a) () I, II, III, IV.
- b) () II, III, IV, V.
- c) () IV, V, VI, VII.
- d) () I, IV, VI, VII.
- e) () I, II, III, VI.

Q4. De acordo com a Gestalt, quando olhamos para uma imagem qualquer, o nosso cérebro tende a organizá-la, acrescentando-lhe um significado. Isso depende das características visuais dessa imagem, tais como formas, proporções, localizações e interações entre os seus elementos. Em 1923, Max Wertheimer (apud Lida, 2005) formalizou os seguintes princípios do Gestalt:

- i. Figura/fundo
- ii. Simetria
- iii. Proximidade
- iv. Similaridade
- v. Continuidade

Associe os princípios acima com seus respectivos conceitos abaixo:

- 1) A nossa percepção destaca uma parte da imagem, que é considerada mais importante, chamado de objeto ou figura. O resto é o fundo ou paisagem. Às vezes, em imagens ambíguas, a figura pode ser trocada pelo fundo, mas não conseguimos perceber os dois simultaneamente;
 - 2) A percepção tende a fazer prolongamentos e extrapolações às trajetórias, mostrando uma tendência conservadora.
 - 3) Nós temos uma grande habilidade em descobrir simetrias em formas complexas. Esta é, provavelmente, a regra mais forte, pois está presente em quase todos os objetos e figuras consideradas mais belas e equilibradas;
 - 4) Objetos ou figuras com formas semelhantes são percebidos como um conjunto. Há uma tendência de se perceber esses elementos similares como um grupo único;
 - 5) Conjuntos de objetos ou figuras que se situam próximos entre si são "fundidos" entre si e percebidos como um conjunto único. Uma sucessão de pontos é percebida como uma linha contínua;
- a. () i/1, ii/3, iii/5, iv/2, v/4
 - b. () i/1, ii/3, iii/5, iv/4, v/2
 - c. () i/4, ii/3, iii/5, iv/2, v/1
 - d. () i/3, ii/2, iii/5, iv/4, v/1
 - e. () i/5, ii/3, iii/1, iv/4, v/2

Q5. O arranjo físico do posto de trabalho (layout) é o estudo da distribuição espacial ou do posicionamento relativo dos diversos elementos que compõem o posto de trabalho. Ou, em outras palavras, como serão posicionados os diversos instrumentos de informação e controle existentes no posto de trabalho. Existem diversos critérios, nos quais se baseiam os arranjos físicos dos postos de trabalho. Assinale a alternativa que condiz com os critérios mais importantes, de acordo com Lida, 2005.

- a) () Destaque, uso, funcionalidade, sequência de emprego, fluxo e ligações externas.
- b) () Importância, frequência de uso,

- agrupamento funcional, sequência de uso, intensidade de fluxo e ligações preferenciais.
- c) () Destaque, frequência de uso, funcionalidade, alternância de uso, fluxo e ligações externas.
- d) () Importância, uso, funcionalidade, frequência de emprego, intensidade e ligações preferenciais.
- e) () Destaque, dinâmica de uso, funcionalidade, emprego, fluxo e ligações externas.

Q6. Analogia é uma forma de raciocínio, em que as propriedades de um objeto são transferidas para um outro objeto diferente, mas com certas propriedades em comum. Assim, uma corda pode lembrar uma cascavel, quando estiver enrolada no chão, ou uma rampa de escape para emergências, quando estiver pendurada na janela, ou em uma ponte, quando estiver amarrada entre dois postes. Segundo Baxter (2011), existem basicamente quatro tipos de analogias, assinale a alternativa CORRETA:

- a) () Proximidade, semelhança, contraste e causa-efeito.
- b) () Proximidade, essência, propriedade e imitação.
- c) () Proximidade, característica, forma e função.
- d) () Proximidade, semelhança, característica e causa – efeito.
- e) () Proximidade, função, propriedade e essência.

Q7. Segundo Baxter (2011), para fazer produtos atrativos, precisamos entender como eles são considerados atrativos pelos consumidores. Existem quatro formas para isso (Figura 1).



Figura 1 - Quatro formas de atração dos produtos.



Assinale a alternativa **CORRETA** quanto às formas de atração do produto:

- a) () Atração daquilo que já é conhecido, atração semântica, atração simbólica e atração pela sofisticação.
- b) () Atração daquilo que já é conhecido, atração semântica, atração simbólica e atração intrínseca de forma visual.
- c) () Atração daquilo que é desconhecido, atração pela funcionalidade, atração pela simplicidade e atração simbólica.
- d) () Atração daquilo que já é conhecido, atração semântica, atração simbólica e atração intrínseca de forma visual.
- e) () Atração daquilo que é desconhecido, atração semântica, atração pela simplicidade e atração pela inovação.

Q8. Os produtos devem ser projetados para transmitir certos sentimentos e emoções. Mas como conseguir isso? Isso pode ser conseguido construindo-se diversos painéis de imagens visuais. Como no caso do desenvolvimento de produtos, precisamos partir de objetivos amplos, para ir estreitando à medida que avançamos no projeto, para formas específicas e que possam ser produzidas pelas máquinas disponíveis. Essa abordagem é semelhante ao do funil de decisão. Em princípio esse procedimento abrange três etapas: painel de estilo de vida; painel de expressão do produto; e painel de tema visual. Considerando que a partir do painel do estilo de vida, procura-se identificar uma expressão para o produto. Essa expressão deve ser uma síntese do estilo de vida dos consumidores. Ela representa a emoção que o produto transmite, ao primeiro olhar.

Identifique a alternativa que **NÃO** está correlacionada com este conceito:

- a) () Jovial e suave: imagem do fogo queimando lentamente na lareira;
- b) () Forte e enérgico: imagem de atletas olímpicos na prova dos 100 m;
- c) () Rústico e durável: imagem de um passeio no jardim;
- d) () Intenso e decisivo: imagem de um tribunal;

- e) () Macio e confortável: imagem de um urso coala

Q 9. O projeto conceitual tem o objetivo de produzir princípios de projeto para o novo produto. Ele deve ser suficiente para satisfazer as exigências do consumidor e diferenciar o novo produto de outros produtos existentes no mercado. Especificamente, o projeto conceitual deve mostrar como o novo produto será feito para atingir os benefícios básicos. Portanto, para o projeto conceitual, é necessário que o benefício básico esteja bem definido e se tenha uma boa compreensão das necessidades do consumidor e dos produtos concorrentes. Com base nessas informações, o projeto conceitual exige uma série de princípios sobre o funcionamento do produto e os princípios de estilo. Com o problema bem definido, pode-se começar a gerar o projeto conceitual. Isso exige intuição, imaginação e raciocínio lógico. A maior dificuldade no projeto conceitual é liberar a mente para se chegar a conceitos originais. Assinale a alternativa que **NÃO** compõe a construção do projeto conceitual:

- a) () **Análise da tarefa:** todos os produtos são projetados para serem usados de alguma forma, pelo homem. Examinando-se a interface homem-produto em detalhes, pode-se descobrir que ela geralmente é complexa e pouco compreendida, até mesmo no caso dos produtos mais simples. Consequentemente, esse aspecto do projeto produto é uma rica fonte de inspiração para o projeto do produto.
- b) () **Análise das funções do produto:** A análise da tarefa é uma técnica descritiva e, como tal, é útil na primeira fase do projeto conceitual. Além de mostrar ao designer como os consumidores usam o produto, pode provocar aparecimento de novos conceitos interessantes. Contudo, agora apresentaremos uma técnica mais analítica, que mostra mais detalhadamente como os produtos devem ser projetados.
- c) () **Análise do ciclo de vida:** outra técnica analítica que pode ser usada na geração de conceitos é a análise do ciclo de vida. Essa técnica é muito usada pelos designers que



pretendem diminuir a agressividade ambiental dos novos produtos, mas pode ser aplicada também em outros casos. Pode-se construir o fluxo do ciclo de vida, desde a entrada da matéria-prima na fábrica, passando pela produção, distribuição e uso até o descarte final do produto. O designer deve pensar como o produto se comportaria melhor em cada uma dessas etapas, ao longo de toda a sua vida.

- d) () **Análise de valores:** abordagem tradicional da análise de custos examina os custos de material, custos de mão de obra e custos indiretos para cada componente. Essa abordagem tem um caráter puramente monetário, não se preocupando com a função de cada componente. Como resultado, o componente de maior custo torna-se alvo predileto das tentativas de redução dos custos, mesmo que tenha uma contribuição fundamental para a função do produto. Nesse caso, a redução desse custo pode comprometer a função ou qualidade do produto.
- e) () **Análise semântica:** trata a entrada sintática e transforma-a numa representação mais simples e mais adaptada à geração de código. Esta camada do compilador fica igualmente encarregada de analisar a utilização dos identificadores e de ligar cada uma delas à sua declaração. Nesta situação verificar-se se o programa respeita as regras de visibilidade e de porte dos identificadores. Além disso, é também esperado que no processo da compilação se verifique que cada expressão definida tem um tipo adequado conforme as regras próprias da linguagem.

Q 10. As principais tarefas no planejamento do produto em geral consistem em coletar informações sobre o produto proposto, definir objetivos para o desenvolvimento do produto e avaliar a sua viabilidade comercial. Em relação ao estilo do produto, isso significa: pesquisar os condicionantes do estilo; explorar a semântica e o simbolismo do produto; e produzir um objetivo para o estilo, baseando-se em documentos anteriores de planejamento do produto. Assinale a alternativa que **NÃO** se enquadra como um condicionante de estilo:

- a) () Antecedentes do produto
b) () Merchandising do estilo
c) () Marca ou identidade da empresa
d) () Estilos dos concorrentes
e) () Benchmarking do estilo

Q 11. Analise as afirmações a seguir:

- I. os princípios do design thinking são aplicáveis a uma ampla variedade de organizações, não apenas a empresas em busca de novos produtos para oferecer;
- II. Um designer competente sempre poderá melhorar a nova parafernália do ano passado, mas uma equipe interdisciplinar de design thinkers habilidosos está em posição de solucionar problemas mais complexos;
- III. As causas subjacentes ao crescente interesse no design são claras. À medida que o centro da atividade econômica no mundo em desenvolvimento foi passando inexoravelmente da produção industrial à criação de conhecimento e prestação de serviços, a inovação se tornou nada menos do que uma estratégia de sobrevivência.

Sobre as afirmações acima, assinale a opção correspondente:

- a) () Somente a afirmação I está correta;
b) () Todas as afirmações estão CORRETAS;
c) () A afirmações I e II estão corretas;
d) () As afirmações I e III estão corretas;
e) () Todas as afirmações são FALSAS.

Q 12. Em muitos contextos, o briefing é o ponto de partida para compreender os objetivos a serem atingidos e mensurar o progresso nos projetos de design. Os aspectos a considerar na formulação do briefing dependem de diversos fatores, como a complexidade do projeto, suas características essenciais, seu público e questões operacionais. As informações podem ser qualitativas e/ou quantitativas, desde que sejam úteis e esclarecedoras. A partir da ideia de *briefing* apresentada no texto, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre



elas.

- I. O briefing de design é elaborado de forma colaborativa entre o solicitante do projeto e a equipe de design.

PORQUE

- II. Tanto informações setoriais específicas do solicitante quanto métodos estratégicos do design delimitam o conteúdo do briefing.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- a) () As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- b) () As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- c) () A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- d) () A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- e) () As asserções I e II são proposições falsas.

Q 13. Para Brown(2009), sobre o Storytelling é **CORRETO** afirmar que;

- a) () O storytelling eficaz, como parte de uma campanha mais ampla de utilização do elemento do tempo para o progresso de um programa integrado de design thinking, fundamenta-se em dois momentos críticos: o início e o fim.
- b) () Para uma ideia sobreviver à arriscada jornada através de uma organização até chegar ao mercado, o storytelling pode desempenhar outro papel vital, para não dizer evidente: transmitir seu valor aos stakeholders de uma forma que pelo menos algumas pessoas se disponham a comprá-la.
- c) () o storytelling precisa ser incluído no kit de ferramentas do design thinker - no sentido não de um início, meio e fim claramente discerníveis, mas de uma narrativa única e restritiva que envolva as pessoas e as incentive a dar prosseguimento a ela e a

escrever as próprias conclusões.

Q 14. Para Broown (2009), apesar de parecer que desperdiçar tempo valioso em esboços, modelos e simulações atrasará o trabalho, a prototipagem gera resultados com mais rapidez. Parece paradoxal: não leva mais tempo construir uma ideia do que pensar em uma? Talvez, mas só para aqueles poucos sortudos que conseguem pensar na ideia certa da primeira vez.

Sobre a prototipagem, é **INCORRETO** afirmar que:

- a) () Quanto mais rapidamente tornamos nossas ideias tangíveis, mais cedo poderemos avaliá-las, lapidá-las e identificar a melhor solução.
- b) () Da mesma forma que pode acelerar um projeto, a prototipagem permite a exploração de muitas ideias paralelamente.
- c) () Os protótipos iniciais devem ser complexos e detalhados. Quanto maior for o investimento em uma ideia, mais as pessoas se apegam a ela.
- d) () O investimento excessivo em um protótipo refinado tem duas consequências indesejáveis: em primeiro lugar uma ideia pode se aproximar demais da concretização - ou até, na pior das hipóteses, ser levada até o fim.
- e) () Em segundo lugar, o próprio processo de prototipagem cria a oportunidade de descobrir novas e melhores ideias a custo mínimo.

Q 15. Complete corretamente as lacunas:

- I. O design thinking começa com a _____, a tentativa deliberada de expandir a variedade de opções, em vez de restringi-la;
- II. Como o design thinking equilibra as perspectivas dos usuários, da tecnologia e dos negócios, é, por natureza, integrador. Como ponto de partida, contudo, ele privilegia o usuário final, e é por isso que tenho me referido repetidamente a ele como uma abordagem à inovação _____;
- III. _____ muitas vezes são a chave para insights inspiracionais. Eles são os



especialistas, os entusiastas e os fanáticos que vivenciam o mundo de forma inesperada. Eles nos forçam a projetar nosso modo de pensar para os limites de nossa base de clientes existente e expõem questões que, de outra forma, permaneceriam ocultas.

- a) divergência; centrada no ser humano; Usuários radicais.
- b) divergência; radical; Personas negativas.
- c) convergência; centrada no ser humano; Personas negativas.
- d) divergência; radical; Usuários radicais.
- e) divergência; centrada no ser humano; Personas.

Q 16. Escolha a opção que define o que é 'l'imaginaire do outro' e como ele influencia a política de identidade no branding:

- a) L'imaginaire do outro' refere-se à imagem ou percepção que o designer tem de uma marca ou empresa, tendo sido intencionalmente moldada para criar uma identidade única e inconfundível para a marca;
- b) L'imaginaire do outro' refere-se à experiência adquirida, que corrobora com processo criativo que molda uma identidade única e inconfundível;
- c) 'L'imaginaire do outro' refere-se ao processo de Benchmarking para traçar estratégias de branding da marca;
- d) 'L'imaginaire do outro' refere-se à imagem ou percepção que o público-alvo tem de uma marca ou empresa. Essa imagem pode ser intencionalmente moldada através de estratégias de branding, que buscam criar uma identidade única e inconfundível para a marca, composta por uma soma de atributos individuais.
- e) 'L'imaginaire do outro' refere-se ao processo de levantamento de dados de um projeto gráfico, buscando traçar estratégias de branding da marca.

Q 17. A expressão "Olhar clínico" derivada do cotidiano da atuação na medicina, se refere ao grau de

competência que alguns médicos possuem ao avaliar o estado de saúde de seus pacientes sem recorrer a aparelhos para o diagnóstico. Na área de atuação do Design, pode-se supor que exista uma competência comparável, valendo dizer, ao se referir ao "olhar clínico do designer"? Sendo assim, podem ser citados dois atributos desse olhar. Na opinião de Bonsiepe (2011) quais são esses atributos?

- a) As respostas objetivas resultantes de pesquisa de campo e as respostas de um briefing;
- b) A orientação do olhar ao focar o mundo dos objetos e signos, bem como a capacidade de perceber diferenciação baseada em experiências e conhecimentos já adquiridos;
- c) Leituras contínuas e atualizadas baseadas em pesquisa de ponta, bem como a experiência no mercado;
- d) Experiências no mundo das artes e das ciências;
- e) Uma vivência de longa data na academia e no mercado de trabalho.

Q 18. Se considerarmos que a produção de documentos digitais e de ferramentas depende de um trabalho de equipe, pode-se perguntar como caracterizar a responsabilidade do designer nessa atividade. Se considerarmos as múltiplas interpretações do design e suas diferenças em relação às ciências das engenharias e outras ciências, podemos descobrir uma série de traços constantes em comum. No entanto, de acordo com Bonsiepe (2011) existem duas constantes bem marcantes. Quais são elas?

- a) O cuidado com as características do usuário e as tendências de mercado;
- b) A qualidade dos materiais empregados nas soluções projetuais e a estética;
- c) A relação das características do usuário e a adequação dos materiais como referência de valor comercial para os produtos desenvolvidos;
- d) O respeito pela tradição e a adequação às novas tendências.
- e) O cuidado com as características do usuário e o cuidado com a qualidade formal-



estética;

Q 19. Como a elasticidade semiótica se relaciona com o design gráfico?

- a) A elasticidade semiótica se relaciona com a sintaxe e com a semântica do signo, ou seja, a sintaxe possui relação com a figura do signo e a semântica com o significado;
- b) A relação dos signos contribui para a criação de marcas de valor agregado;
- c) A fundamentação semiótica aplicada ao Design gráfico é o único caminho para criação de marcas de sucesso;
- d) O discurso hegemônico das relações simbólicas se distingue das relações semióticas em projetos gráficos;
- e) A experiência semiótica dos signos relacionada às experiências cognitivas do Designer não possuem conexão direta com o refinamento de projetos de design.

Q 20. Qual é a crítica principal que Gui Bonsiepe faz ao design contemporâneo em seu livro “Design, Cultura e Sociedade”?

- a) Ele critica o design contemporâneo por não seguir os pressupostos da escola de Bauhaus;
- b) Ele critica o design contemporâneo por ter perdido sua essência ao se concentrar em superficialidades, servindo aos interesses de beleza cosmética e lucros fáceis do mercado;
- c) Ele critica o design contemporâneo por diversificar o ensino acadêmico por meio das interlocuções com as novas tecnologias;
- d) Ele critica o design contemporâneo pela sua estagnação metodológica;
- e) Todas as afirmações estão corretas.