



## FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

### Unidade Curricular

201321005 - DESIGN DE COMUNICAÇÃO II

### Tipo

Obrigatória

<b>Ano lectivo</b>	<b>Curso</b>	<b>Ciclo de estudos</b>	<b>Créditos</b>
2019/20	Mestrado Design Comunicação	1º	12.50 ECTS
<b>Idiomas</b>	<b>Periodicidade</b>	<b>Pré requisitos</b>	<b>Ano Curricular / Semestre</b>
Português	semestral		1º / 2º

### Área Disciplinar

Design

### Horas de contacto (semanais)

<b>Teóricas</b>	<b>Práticas</b>	<b>Teórico práticas</b>	<b>Laboratoriais</b>	<b>Seminários</b>	<b>Tutoriais</b>	<b>Outras</b>	<b>Total</b>
0.00	0.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.00

### Total Horas da UC (Semestrais)

<b>Total Horas de Contacto</b>	<b>Horas totais de Trabalho</b>
126.00	350.00

### Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Teresa Olazabal Cabral

### Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Teresa Olazabal Cabral 9.00 horas

### Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Esta UC pretende desenvolver a investigação activa e a procura de soluções adequadas de comunicação gráfica na área do Design mais directamente relacionada com a Responsabilidade Social.

Assim, pretende-se:

- Contribuir para desenvolver o espírito crítico, a consciência e a sensibilidade social do aluno, estimulando a capacidade crítica de seleccionar, analisar e processar a informação que lhe chega através de variados meios de Comunicação
- Contribuir para desenvolver a capacidade de diálogo num projecto com diversos intervenientes, e de articular diversas sensibilidades
- Contribuir para desenvolver a capacidade criativa e gráfica explorando diversos suportes e explorando várias vertentes e possibilidades num mesmo projecto.
- Contribuir para desenvolver a capacidade de trabalho e organização do aluno, trabalhando com prazos previamente definidos e não muito prolongados
- Perceber o design gráfico não como mero contributo decorativo, mas como uma disciplina que se aproxima de uma determinada realidade, que procura analisar e interpretar, com vista ao desenvolvimento de projectos de comunicação que possam ser simultaneamente éticos e estéticos, responsáveis e criativos.

### **Conteúdos Programáticos / Programa**

- O Projecto inicial e introdutório, com uma forte componente teórica, procura estimular a reflexão e a capacidade crítica dos alunos. Tem como ponto de partida um, ou mais, textos que reflectam questões sociais relacionadas com o Design de Comunicação.
- De seguida, e sempre que possível, procura-se trabalhar com problemas de comunicação reais, na área social, em colaboração com parceiros externos à FA com os quais se encontra previamente uma sintonia e a possibilidade de conjugar objectivos. Estes parceiros encontram-se disponíveis para apresentar o problema de comunicação aos alunos, numa fase inicial, e mais tarde, mediados pelo docente, terão disponibilidade para esclarecer diversas questões ao longo do processo.
- Os projectos terão, tendencialmente, prazos curtos e pré-definidos (sem possibilidades de alteração) de modo a aproximar o aluno daquilo que virá a ser frequentemente a realidade profissional nesta área.
- As apresentações finais dos projectos perante os interlocutores externos revelam-se fundamentais. Na FA, ou, sempre que possível, fora da FA, no local que faça sentido perante a relação de trabalho estabelecida com os parceiros externos à Faculdade. Estas apresentações pretendem ser um estímulo para o desenvolvimento da capacidade de apresentação de um projecto, trabalhando a capacidade comunicativa e argumentativa do aluno.
- Privilegia-se o trabalho em grupo (em 3 projectos, 2 serão de preferência realizados em grupo).

### **Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular**

O conhecimento teórico de momentos “chave” na História do design, relativamente ao papel social do design de comunicação, assim como o desenvolvimento prático de projectos em contexto real, levará gradualmente os alunos a uma maior consciência

social, assim como a uma gradual aquisição de competências essenciais na prática da profissão tais como:

- Capacidade de procura e de exploração de conceitos coerentes com os objectivos de cada projecto proposto.
- Desenvolvimento da capacidade de comunicação gráfica e criativa, estimulando os alunos a fazerem uso de metodologias e técnicas criativas com o intuito de encontrarem soluções inovadoras e assertivas.
- Capacidade de escolha da linguagem gráfica e dos suportes mais adequados aos objectivos de cada projecto em causa.
- Desenvolvimento da capacidade de trabalhar em grupo, articulando diversas competências, aprendendo a dialogar e a fazer consensos.
- Competências críticas e de reflexão face a um determinado problema de comunicação, nomeadamente face a um problema real na área da responsabilidade social.

### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

A avaliação será contínua (assiduidade e participação 10%) e periódica, incluindo um exercício individual teórico (30%) e dois projectos práticos complexos (30% cada). Na avaliação destes exercícios serão contemplados os seguintes factores: cumprimento de prazos, criatividade, pertinência dos conceitos e respectiva adequação das soluções propostas, capacidade de argumentação e exposição, qualidade formal e técnica da apresentação.

### **Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular**

A complementaridade entre o projecto teórico e os projectos práticos, realizados em contexto real, revela-se adequada para uma gradual aquisição de metodologias projectuais, simultaneamente com o desenvolvimento da consciência ética e social, essencial na prática profissional, assim como o desenvolvimento de capacidades críticas.

### **Bibliografia Principal**

- CHAVES, Norberto, *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la Consciencia Crítica de los que Comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", *Revista Eye* nº 13, 1994. (Também disponível em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew, *First Things First manifesto 2000* <http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/first-things-first-manifesto-2000/>

- HOWARD, Andrew “Design beyond commodification” in revista Eye nº 38, 2000, págs 10-11. (Também disponível em: <http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/design-beyond-commodification-article/>)
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- POYNOR, Rick, “First Things First, a brief History” in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, Nova Iorque: Allworth Press, 2002, págs 6-10.

## Bibliografia Complementar

- CRANMER, John & Zappaterra, Yolanda, *Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message*. Mies: Rotovision, 2003
- 4TOMORROW ASSOCIATION (ed.), *Death is not Justice: a poster 4tomorrow Project*. Paris: Editions Odyssée, 2010
- GAVIN, Lucas & DORRIAN, Michael, *Guerrilla Advertising. Unconventional Brand Communication*. Londres: Laurence King Publishing, 2006.
- GLASER, Milton & MIRKO, Ilic, *The Design of Dissent*. Massachusetts: RockPort Publishers, 2006.
- JOHNSON, Michael, *Problem Solved*. London: Phaidon Press, 2002.
- MC ALHONE, Beryl and STUART, David, *A Smile in the Mind - Revised and Expanded Edition: Witty Thinking in Graphic Design*. Londres: Phaidon Press, 2016.
- MCQUISTON, Liz, *Graphic Agitation. Social and Political Graphics since the Sixties*. Londres: Phaidon, 1993.
- MCQUISTON, Liz, *Graphic Agitation 2. Social and Political Graphics in the Digital Age*. Londres: Phaidon, 2004.
- MCQUISTON, Liz, *Visual Impact: Creative Dissent in the 21st Century*. London: Phaidon, 2015.
- NEWARK, Quentin, *Que es el diseño grafico?* Barcelona: Editorial gustavo Gili, 2002.
- PELTA, Raquel, *Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)*. Paidós: Barcelona, 2004
- ROBERT, Florence, *Nous Travaillons Ensemble*. Paris: Pyramyd, 2003
- ROBERTS, Lucienne, *Good: An Introduction to ethics in Graphic Design*. Lausanne: AVA Publishing, 2006.
- TWEMLOW, Alice, *Para que serve o Design Gráfico?* Barcelona: Gustavo Gili, 2007.



## CURRICULAR UNIT FORM

### Curricular Unit Name

201321005 - Communication Design II

### Type

Obrigatória

#### Academic year

2019/20

#### Degree

Mestrado Design  
Comunicação

#### Cycle of studies

1º

#### Year of study/ Semester

12.50 ECTS

#### Lecture language

Português

#### Periodicity

semestral

#### Prerequisites

#### Unit credits

1º / 2º

### Scientific area

Design

### Contact hours (weekly)

Theoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.00

### Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours  
126.00

Total workload  
350.00

### Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Teresa Olazabal Cabral

### Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Teresa Olazabal Cabral 9.00 horas

### Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

This UC intends to develop active research and the search for adequate graphic communication solutions in the Design area most directly related to Social Responsibility. In this context it is intended to:

- Contribute to develop the critical spirit, awareness and social sensitivity of the student, stimulating the critical ability to select, analyze and process the information

that comes to him through various means of communication

- Contribute to develop the capacity for dialogue in a project with several stakeholders, and to articulate different sensitivities
- Contribute to the development of creative and graphic capacity by exploring different supports and exploring several strands and possibilities in the same project.
- Contribute to develop students' work capacity and organization, working with predefined and not very long terms
- Perceive graphic design not as a mere decorative contribution, but as a discipline that approaches a certain reality, which seeks to analyze and interpret, in order to develop communication projects that can be both ethical and aesthetic, responsible and creative.

## Syllabus

- The initial and introductory Project, with a strong theoretical component, seeks to stimulate students' reflection and critical capacity. Its starting point is one or more texts that reflect social issues related to Communication Design.
- Next, whenever possible, work is done to deal with real communication problems in the social field, in collaboration with external partners to the FA with which there is previously a tuning and the possibility of combining objectives. These partners are available to present the problem of communication to the students at an early stage and later, mediated by the teacher, will be available to clarify several issues throughout the process.
- Projects will tend to have short and pre-defined deadlines (with no possibility of change) in order to bring the student closer to what will often be the professional reality in this area.
- The final presentations of the projects to the external interlocutors are fundamental. In the FA, or, whenever possible, outside the FA, in the place that makes sense before the working relationship established with the partners outside the Faculty. These presentations are intended to be a stimulus for the development of the presentation capacity of a project, working the student's communicative and argumentative capacity.
- Group work is privileged (in 3 projects, 2 will preferably be done in a group).

## Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The theoretical knowledge of "key" moments in Design History, relative to the social role of communication design, as well as the practical development of projects in real context, will gradually lead students to a greater social awareness, as well as a gradual acquisition of skills in the practice of the profession such as:

- Ability to search and explore concepts that are consistent with the objectives of each proposed project.
- Development of graphic and creative communication skills, encouraging students to use creative methodologies and techniques to find innovative and assertive solutions.
- Ability to choose the graphic language and the supports most appropriate to the

objectives of each project.

- Developing the capacity to work in groups, articulating diverse skills, learning to dialogue and to reach consensus.
- Critical and reflective skills in the face of a given communication problem, particularly in the face of a real problem in the area of ??social responsibility.

### Teaching methodologies (including evaluation)

Assessment will be ongoing (attendance and participation - 10%) and periodic, including an individual theoretical exercise (30%) and two complex practical projects (30% each).

When assessing the exercises, the following factors will be taken into consideration: meeting deadlines, creativity, relevance of concepts and appropriateness of the solutions proposed, ability to argue and explain, formal quality and presentation technique.

### Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

The complementarity between the theoretical project and the practical projects, carried out in a real context, is adequate for a gradual acquisition of project methodologies, simultaneously with the development of ethical and social awareness, essential in professional practice, as well the development of critical faculties.

### Main Bibliography

- CHAVES, Norberto, *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la Consciencia Crítica de los que Comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", *Revista Eye* nº 13, 1994. (También disponible em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew, *First Things First manifesto 2000* <http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/first-things-first-manifesto-2000/>
- HOWARD, Andrew "Design beyond commodification" in revista *Eye* nº 38, 2000, págs 10-11. (También disponible em: <http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/design-beyond-commodification-article/>)
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- POYNOR, Rick, "First Things First, a brief History" in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, Nova Iorque: Allworth Press, 2002, págs 6-10.

## Additional Bibliography

- • CRANMER, John & Zappaterra, Yolanda, *Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message*. Mies: Rotovision, 2003
- 4TOMORROW ASSOCIATION (ed.), *Death is not Justice: a poster 4tomorrow Project*. Paris: Editions Odyssée, 2010
- GAVIN, Lucas & DORRIAN, Michael, *Guerrilla Advertising. Unconventional Brand Communication*. Londres: Laurence King Publishing, 2006.
- GLASER, Milton & MIRKO, Ilic, *The Design of Dissent*. Massachusetts: RockPort Publishers, 2006.
- JOHNSON, Michael, *Problem Solved*. London: Phaidon Press, 2002.
- MC ALHONE, Beryl and STUART, David, *A Smile in the Mind - Revised and Expanded Edition: Witty Thinking in Graphic Design*. Londres: Phaidon Press, 2016.
- MCQUISTON, Liz, *Graphic Agitation. Social and Political Graphics since the Sixties*. Londres: Phaidon, 1993.
- MCQUISTON, Liz, *Graphic Agitation 2. Social and Political Graphics in the Digital Age*. Londres: Phaidon, 2004.
- MCQUISTON, Liz, *Visual Impact: Creative Dissent in the 21st Century*. London: Phaidon, 2015.
- NEWARK, Quentin, *Que es el diseño grafico?* Barcelona: Editorial gustavo Gili, 2002.
- PELTA, Raquel, *Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)*. Paidós: Barcelona, 2004
- ROBERT, Florence, *Nous Travaillons Ensemble*. Paris: Pyramyd, 2003
- ROBERTS, Lucienne, *Good: An Introduction to ethics in Graphic Design*. Lausanne: AVA Publishing, 2006.
- TWEMLOW, Alice, *Para que serve o Design Gráfico?* Barcelona: Gustavo Gili, 2007.