



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201321000 - DESIGN DE COMUNICAÇÃO I

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo	Curso	Ciclo de estudos	Créditos
2022/23	Mestrado Design Comunicação	2º	9.00 ECTS
Idiomas	Periodicidade	Pré requisitos	Ano Curricular / Semestre
Português ,Inglês	semestral		1º / 1º

Área Disciplinar

Design

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto	Horas totais de Trabalho
126.00	252.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Teresa Olazabal Cabral 3.00 horas
Elisabete de Jesus Rosado Rolo 6.00 horas

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

Esta unidade curricular tem como objetivos:

- Fomentar o entendimento da área do design de comunicação e do seu âmbito de atuação profissional.
- Impulsionar as capacidades de desenvolvimento de projeto, utilizando metodologias adequadas e estimulando a criatividade.
- Incentivar as capacidades de análise crítica e de diagnóstico, de antecipar as necessidades e requerimentos do trabalho, de criar conceitos adequados e de os desenvolver com rigor, quer ao nível da conceção quer ao nível da execução.
- Estimular a investigação, a leitura e a pesquisa como bases de uma cultura visual abrangente e como motores essenciais à criação de conceitos originais e pertinentes.
- Evidenciar a relevância da tipografia como elemento basilar e transversal a todos os suportes de comunicação gráfica e aprofundar a capacidade de trabalhar com rigor e minúcia, em especial no contexto do design editorial.
- Consciencializar para a importância dos aspetos sociais, políticos e económicos do projeto em design.

Conteúdos Programáticos / Programa

A unidade curricular assenta na conceção e desenvolvimento de um projeto de design de comunicação em que o design editorial assume uma posição central. Pressupõe a determinação de um problema, a definição de uma estratégia, a criação de um conceito e a sua materialização em suportes adequados à comunicação. Serão assim abordados os conteúdos:

- Áreas de atuação e suportes do design de comunicação;
- Metodologias projectuais e métodos de pensamento criativo para a resolução de problemas;
- Desenvolvimento de objetivos de comunicação, através da observação, da pesquisa e da capacidade crítica;
- Desenvolvimento da capacidade crítica e de argumentação relativamente aos projetos concebidos;
- Design editorial: tipologias, teoria e história;
- Tipografia: microtipografia, composição tipográfica, sistemas de grelhas, estruturação de conteúdos;
- Identidade visual em diversos contextos;
- Cartaz;

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

A unidade curricular assenta na conceção e desenvolvimento de um projeto de design de comunicação em que o design editorial assume uma posição central. Entende-se que o design editorial e a composição tipográfica constituem áreas basilares na formação do designer de comunicação. O facto de o projeto

pressupor uma fase de comunicação criada pelo aluno, permite desenvolver o sentido estratégico e a autonomia. O conjunto de conteúdos abordados permite a aquisição das competências projectuais fundamentais.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Sendo esta UC teórico-prática, as aulas serão, maioritariamente, destinadas ao desenvolvimento projetual, mas também existirão momentos regulares de transmissão de conhecimento teórico, com recurso a material visual relevante, e momentos de apresentação e discussão dos projetos em desenvolvimento. Nas aulas práticas, serão também transmitidos conhecimentos teóricos concretos e objetivos, adaptados às especificidades do projeto de cada aluno.

Será realizado um exercício curto de pesquisa de projetos editoriais de referência, em grupos de dois alunos e um projeto individual constituído por várias fases sequenciais.

A **avaliação** será contínua e periódica, através de avaliações intermédias. Para além dos fatores de natureza pedagógica e científica envolvidos na resolução dos projetos, intervêm na avaliação (com o peso de 10%) os fatores de assiduidade, pontualidade, interesse, atitude, participação pertinente, trabalho dentro e fora das aulas, acompanhamento e cumprimento de prazos. A presença nas aulas e a respetiva participação nos trabalhos constitui fator fundamental de avaliação, por se entender que o conjunto da turma potencia os trabalhos individuais.

O exercício de pesquisa de projetos editoriais de referência terá o peso de 10% da avaliação e o projeto 90%. A classificação apurada será ponderada com o fator assiduidade e participação (10%).

Todas as classificações serão atribuídas numa escala de 0 a 20 e os projetos serão avaliados tendo em conta os critérios: cumprimento dos prazos, pesquisa e respetivas conclusões, conceito do projeto (pertinência, inovação, criatividade), qualidade do desenvolvimento (estudos, adequação das soluções propostas, evolução), qualidade formal e técnica da apresentação, capacidade de exposição e argumentação e acompanhamento do desenvolvimento do trabalho por parte do docente.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As aulas de exposição teórica, de desenvolvimento projetual e de apresentação e discussão dos projetos adequam-se aos objetivos propostos pela unidade curricular. Os momentos teóricos permitem fornecer aos alunos a base de conhecimento necessária para a criação de cultura visual e capacidade crítica necessárias à prática de projeto. O desenvolvimento projetual permite a aquisição de metodologias de trabalho

adequadas à prática profissional. Os momentos de apresentação e discussão dos projetos permitem o desenvolvimento das capacidades de comunicação e argumentação, assim como as capacidades críticas e autocríticas.

Bibliografia Principal

- › BAINES, Phil, HASLAM, Andrew, *Type and Typography*. London: Laurence King, 2005.
- › BORSUK, Amaranth, *The Book*. Cambridge MA, London: The MIT Press, 2018.
- › BRINGHURST, Robert, *Elementos do Estilo Tipográfico* (versão 3). Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005. [Edição original em língua inglesa: *The Elements of Typographic Style*, 1992].
- › CALDWELL, Cath, ZAPATERRA, Yolanda, *Editorial Design: Digital and Print*. London: Laurence King Publishing, 2014.
- › CHEUNG Victor, *A Book on Books: New Aesthetics in Book Design*. Hong Kong: Victionary, 2020.
- › COULTRE, Martijn F. Le; PURVIS, Alston W. *A Century of Posters*. Aldershot: Lund Humphries, 2002.
- › HASLAM, Andrew, *Book Design*. London: Laurence King Publishing, 2006.
- › HOCHULI, Jost, *Detail in typography*. London: Hyphen Press, 2009. [edição original em alemão: 2005]
- › HOCHULI, Jost, KINROSS, Robin, *Designing Books: practice and theory*. 2.ª ed. London: Hyphen Press, 2003. ISBN: 0-907259-08-1 [edição original: 1996].
- › LASEROW, Scott, DELGADO, Natalia, *Making Posters: from concept to design*. New York: Bloomsbury Visual Arts, 2020.
- › LUPTON, Ellen (ed.), *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*. New York: Princeton Architectural Press, 2011.
- › LUPTON, Ellen, *How Posters Work*. New York: Distributed Art Publishers, 2015.
- › MARTIN, Bella, HANINGTON, Bruce, *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Beverly MA: Rockport, 2012.
- › MÜLLER-BROCKMANN, Josef, *Sistemas de grelhas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1982. ISBN: 84-252-1 105-0 [Edição original em língua alemã: *Raster systeme für die visuelle Gestaltung Ein Handbuch für Grafiker, Typografen und Ausstellungsgestalter*, 1961]
- › PIPES, Alan, *Production for graphic Designers*. London: Laurence King Publishing, 2005. ISBN: 978-1-85669-458-2
- › SAMARA, Timothy, *Making and Breaking the Grid*. Gloucester: Rockport, 2002.
- › UNGER, Gerard, *While you are Reading*. New York: Mark Batty Publisher, 2007.

Bibliografia Complementar

- › AAVV, *Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press, 1997.
- › DIAS, Rúben, OLIVEIRA, Rui, MARTINS, Fábio, DANTAS, Ricardo, *O Miolo do Livro: técnicas de encadernação industrial*. s.l.: Itemzero, 2019.
- › DRUCKER, Johanna, MCVARISH, Emily, *Graphic Design History: A Critical Guide*. New Jersey: Pearson

Prentice Hall, 2009.

- › FLETCHER, Alan. *The Art of Looking Sideways*. Phaidon, London, 2001.
- › HELLER, Steven (ed.), *The education of a Typographer*. New York: Allworth Press, 2004.
- › JOHNSON, Michael. *Problem Solved*. Phaidon, London 2002.
- › LUDOVICO, Alessandro, *Post-digital Print: The mutation of Publishing since 1984*. Rotterdam: Onomatopée 77, 2018. [Edição original, 2012].
- › MANGUEL, Alberto, *Uma História da Leitura*. Lisboa: Tinta da China, 2020. [Edição original em língua inglesa: *A History of Reading*, 1996]
- › *Material Matters: Paper*. Hong Kong: Victionary, 2019.
- › MCALHONE, Beryl, STUART, David, *A Smile in the Mind: Witty thinking in graphic design*. London e New York: Phaidon, 2008. ISBN: 978 0 7148 3812 0
- › McLEAN, Ruary, *Typographers on Type*. New York e London: w.w. Norton & Company, 1995.
- › MCLUHAN, Marshall, *A galáxia de Gutenberg: A formação do homem tipográfico*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972. [Edição original em língua inglesa *the gutenber galaxy: the making of typographic man*, 1962].
- › MEGGS, Philip B., PURVIS, Alston, *História do Design Gráfico*. KNIPEL, T. C. São Paulo: Cosac Naify, 2009. [Edição original em língua inglesa: *A History of Graphic Design*, 1983. Presente versão traduzida da 4.ª edição americana, 2005]
- › THOMPSON, John Brookshire, *Book wars: the digital revolution in publishing*. Cambridge Medford (Mass.): Polity press, 2021.
- › TSCHICHOLD, Jan, *The New Typography*. Los Angeles, London: University of California Press, 1998. [Introdução de Robin Kinross. Edição original em língua alemã: *Die Neue Typographie*, 1928].
- › VALLEJO, Irene, *O Infinito num Junco: A invenção do livro na Antiguidade e o nascer da sede de leitura*. Lisboa: Bertrand Editora, 2020. [Edição original em castelhano, 2019].
- › WARDE, Beatrice, "The Crystal Gobelet or Printing Shoul be Invisible". In *Typographers on Type*. New York e London: W.W. Norton & Company, 1995.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201321000 - Communication Design I

Type

Compulsory

Academic year

2022/23

Degree

Master Communication
Design

Cycle of studies

2

Unit credits

9.00 ECTS

Lecture language

Portuguese ,English

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

1 / 1

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Tehoretical	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 (semester)

Total Contact Hours
126.00

Total workload
252.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Teresa Olazabal Cabral 3.00 horas

Elisabete de Jesus Rosado Rolo 6.00 horas

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

The objectives of this curricular unit are:

- To cultivate the understanding of communication design and its professional scope.
- To promote project development skills, using appropriate methodologies and stimulating creativity.

- To encourage critical analysis and diagnostic skills, to anticipate the needs and requirements of the work, to create appropriate concepts and develop them rigorously, both in terms of design and implementation.
- To improve investigation, reading and research as the basis of a comprehensive visual culture and as essential engines for the creation of original and relevant concepts.
- To highlight the relevance of typography as a fundamental and transversal element to all graphic communication media and to deepen the ability to work with accuracy and thoroughness, especially in the context of editorial design.
- To raise awareness of the importance of social, political and economic aspects of the design project.

Syllabus

The curricular unit is based on the conception and development of a communication design project in which editorial design assumes a main role. It requires the determination of a problem, the definition of a strategy, the creation of a concept and its materialization in appropriate media.

The following contents will be addressed:

- Areas and media of communication design;
- Project methodologies and creative thinking methods for problem solving;
- Development of communication objectives, through observation, research and critical capacity;
- Development of critical and argumentative capacity regarding the designed projects;
- Editorial design: typologies, theory and history;
- Typography: microtypography, typographic composition, grid systems, content structuring;
- Visual identity in different contexts;
- Poster and digital media.

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

The curricular unit is based on the conception and development of a communication design project in which editorial design assumes a central role. It is understood that editorial design and typography are fundamental areas in the training of the communication designer. The fact that the project presupposes a communication phase created by the student, allows the development of strategic sense and autonomy. All the contents addressed allow the acquisition of fundamental projectual skills.

Teaching methodologies (including evaluation)

As this module is theoretical and practical, classes will be mostly devoted to project development, but there will also exist moments of theoretical knowledge transmission, using relevant visual material, and moments of presentation and discussion of the projects under development. In the practical lessons, specific and

objective theoretical knowledge will also be transmitted, adapted to the particularities of each student's project.

There will be a short exercise of reference editorial projects research, carried out in groups of two students, and an individual project consisting of several sequential phases.

Assessment will be continuous and periodic, through mid-term evaluations. In addition to the pedagogical and scientific factors involved in project development, the attendance, punctuality, interest, attitude, pertinent participation, work inside and out of the classes, monitoring and deadline accomplishments are also involved in the evaluation (15%). The presence in the sessions and the participation in the work is a fundamental assessment factor, as it is considered that the group enhances individual work.

All classifications will be assigned on a scale from 0 to 20 and all projects will be evaluated considering the criteria: meeting deadlines, meeting assignment requirements, research and conclusions, project concept (innovation, creativity, sketches), development accuracy, quality of formal implementation, presentation and precision of execution, and monitoring of the work development by the teacher.

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

The theoretical moments allow providing students with the necessary base of knowledge to create visual culture and the critical capacity necessary for project practice. The project development allows the acquisition of working methodologies essential to professional practice. The presentation and discussion of projects allow the development of communication and argumentation skills, as well as critical and self-critical skills.

Main Bibliography

- › BAINES, Phil, HASLAM, Andrew, Type and Typography. London: Laurence King, 2005.
- › BORSUK, Amaranth, The Book. Cambridge MA, London: The MIT Press, 2018.
- › BRINGHURST, Robert, Elementos do Estilo Tipográfico (versão 3). Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005. [Edição original em língua inglesa: The Elements of Typographic Style, 1992].
- › CALDWELL, Cath, ZAPATERRA, Yolanda, Editorial Design: Digital and Print. London: Laurence King Publishing, 2014.
- › CHEUNG Victor, A Book on Books: New Aesthetics in Book Design. Hong Kong: Victionary, 2020.
- › COULTRE, Martijn F. Le; PURVIS, Alston W. A Century of Posters. Aldershot: Lund Humphries, 2002.
- › HASLAM, Andrew, Book Design. London: Laurence King Publishing, 2006.
- › HOCHULI, Jost, Detail in typography. London: Hyphen Press, 2009. [edição original em alemão: 2005]
- › HOCHULI, Jost, KINROSS, Robin, Designing Books: practice and theory. 2.ª ed. London: Hyphen Press, 2003. ISBN: 0-907259-08-1 [edição original: 1996].
- › LASEROW, Scott, DELGADO, Natalia, Making Posters: from concept to design. New York: Bloomsbury Visual Arts, 2020.
- › LUPTON, Ellen (ed.), Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming. New York: Princeton Architectural Press, 2011.
- › LUPTON, Ellen, How Posters Work. New York: Distributed Art Publishers, 2015.

- › MARTIN, Bella, HANINGTON, Bruce, *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Beverly MA: Rockport, 2012.
- › MÜLLER-BROCKMANN, Josef, *Sistemas de grelhas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1982. ISBN: 84-252-1 105-0 [Edição original em língua alemã: *Raster systeme für die visuelle Gestaltung Ein Handbuch für Grafiker, Typografen und Ausstellungsgestalter*, 1961]
- › PIPES, Alan, *Production for graphic Designers*. London: Laurence King Publishing, 2005. ISBN: 978-1-85669-458-2
- › SAMARA, Timothy, *Making and Breaking the Grid*. Gloucester: Rockport, 2002.
- › UNGER, Gerard, *While you are Reading*. New York: Mark Batty Publisher, 2007.

Additional Bibliography

- › AAVV, *Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press, 1997.
- › DIAS, Rúben, OLIVEIRA, Rui, MARTINS, Fábio, DANTAS, Ricardo, *O Miolo do Livro: técnicas de encadernação industrial*. s.l.: Itemzero, 2019.
- › DRUCKER, Johanna, MCVARISH, Emily, *Graphic Design History: A Critical Guide*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009.
- › FLETCHER, Alan. *The Art of Looking Sideways*. Phaidon, London, 2001.
- › HELLER, Steven (ed.), *The education of a Typographer*. New York: Allworth Press, 2004.
- › JOHNSON, Michael. *Problem Solved*. Phaidon, London 2002.
- › LUDOVICO, Alessandro, *Post-digital Print: The mutation of Publishing since 1984*. Rotterdam: Onomatopee 77, 2018. [Edição original, 2012].
- › MANGUEL, Alberto, *Uma História da Leitura*. Lisboa: Tinta da China, 2020. [Edição original em língua inglesa: *A History of Reading*, 1996]
- › *Material Matters: Paper*. Hong Kong: Victionary, 2019.
- › MCALHONE, Beryl, STUART, David, *A Smile in the Mind: Witty thinking in graphic design*. London e New York: Phaidon, 2008. ISBN: 978 0 7148 3812 0
- › McLEAN, Ruary, *Typographers on Type*. New York e London: w.w. Norton & Company, 1995.
- › MCLUHAN, Marshall, *A galáxia de Gutenberg: A formação do homem tipográfico*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972. [Edição original em língua inglesa *the gutenber galaxy: the making of typographic man*, 1962].
- › MEGGS, Philip B., PURVIS, Alston, *História do Design Gráfico*. KNIPEL, T. C. São Paulo: Cosac Naify, 2009. [Edição original em língua inglesa: *A History of Graphic Design*, 1983. Presente versão traduzida da 4.ª edição americana, 2005]
- › THOMPSON, John Brookshire, *Book wars: the digital revolution in publishing*. Cambridge Medford (Mass.): Polity press, 2021.
- › TSCHICHOLD, Jan, *The New Typography*. Los Angeles, London: University of California Press, 1998. [Introdução de Robin Kinross. Edição original em língua alemã: *Die Neue Typographie*, 1928].
- › VALLEJO, Irene, *O Infinito num Junco: A invenção do livro na Antiguidade e o nascer da sede de leitura*.

Lisboa: Bertrand Editora, 2020. [Edição original em castelhano, 2019].

> WARDE, Beatrice, "The Crystal Gobelet or Printing Shoul be Invisible". In *Typographers on Type*. New York e London: W.W. Norton & Company, 1995.