



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202321017 - Design Social

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2025/26

Curso

Mestrado Design
Comunicação

Ciclo de estudos

2º

Créditos

12.00 ECTS

Idiomas

Português

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

1º / 2º

Área Disciplinar

Design

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	8.00	0.00	0.00	0.00	0.00	8.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto
112.00

Horas totais de Trabalho
300.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Teresa Olazabal Cabral

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Teresa Olazabal Cabral 0.00 horas

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

Pretende-se desenvolver a investigação ativa e a procura de soluções adequadas na área da Responsabilidade Social, contribuindo para:

a) desenvolver o sentido crítico, a consciência ética e a sensibilidade social do aluno, estimulando a capacidade de selecionar, analisar e processar a informação que circula nos diversos meios

para a transformar em conhecimento;

b) desenvolver a capacidade de diálogo num projecto com vários intervenientes, articulando diversas sensibilidades e interesses divergentes;

c) melhorar a capacidade criativa e gráfica, explorando diversos suportes e aplicações, e explorando várias vertentes e possibilidades num mesmo projecto;

d) melhorar a capacidade de trabalho e de organização, trabalhando com prazos relativamente curtos e previamente definidos;

e) aprofundar a consciência da relevância do Design de Comunicação na área Social com vista ao desenvolvimento de projectos de comunicação que possam ser, simultaneamente, éticos e estéticos, responsáveis e criativos;

f) Reconhecer a importância dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Conteúdos Programáticos / Programa

- 1) Projeto 1/ Fase 1: Projeto teórico de análise e reflexão crítica sobre diversos textos, tendo como pano de fundo a procura de uma atitude ética e de responsabilidade social na atividade do designer (trabalho de grupo)
- 2) Projeto 1/ Fase 2: Construção de um manifesto (trabalho de grupo)
- 3) Projeto 1/Fase 3: Conceção de um cartaz a partir do manifesto de cada grupo (trabalho individual)
- 4) Projeto 2: Projeto realizado em parceria com uma associação social, com vista à resolução de problemas reais.

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

Objetivo de aprendizagem a) *Desenvolver o sentido crítico, a consciência ética e a sensibilidade social do aluno, estimulando a capacidade de seleccionar, analisar e processar a informação que circula nos diversos meios para a transformar em conhecimento.*

1) Projeto 1/fase 1

2) Projeto 1/fase 2

A vertente mais teórica deste Projeto estimula, naturalmente, todos estes aspetos.

4)Projeto 2

O Projeto prático, desenvolvido numa metodologia de Aprendizagem/Serviço requer ampla reflexão, capacidade crítica e consciência ética.

Objetivo de aprendizagem b) *Desenvolver a capacidade de diálogo num projeto com vários intervenientes, articulando diversas sensibilidades e interesses divergentes.*

4) Projeto 2: Projeto prático realizado em grupo, cujo sucesso dependerá não só do entendimento entre todos os membros do grupo, como também da sua articulação com os responsáveis da Associação Social. Além disso será preciso ter em conta a diversidade da população à qual se dirige o Projeto.

Objetivo de aprendizagem c) *Melhorar a capacidade criativa e gráfica, explorando diversos suportes e aplicações, e explorando várias vertentes e possibilidades num mesmo projeto.*

3) Projeto 1/ Fase 2: Estimula a capacidade criativa na construção de um texto;

4) Projeto 1/Fase 3: Estimula a capacidade criativa e gráfica na conceção de uma aplicação (cartaz) que se pode considerar uma síntese de competências e

sensibilidade gráficas (composição bidimensional);

- 5) Projeto 2: Projeto realizado em conjunto com as UC “Projeto Audiovisual” e “Produção Digital”, o que permite aprofundar diferentes competências num projeto que contempla uma grande diversidade de meios.**

Objetivo de aprendizagem d) *Melhorar a capacidade de trabalho e de organização, trabalhando com prazos relativamente curtos e previamente definidos.*

4) O 2º projeto terá um prazo de desenvolvimento com diversas fases curtas e pré-definidas, com vista à sua implementação num curto espaço de tempo.

Objetivo de aprendizagem e) *Aprofundar a consciência da relevância do Design de Comunicação na área Social com vista ao desenvolvimento de projetos de comunicação que possam ser, simultaneamente, éticos e estéticos, responsáveis e criativos.*

Todos os conteúdos, no seu conjunto, pretendem contribuir para este objetivo: O Projeto 1(fases 1 e 2), dando a conhecer projetos e reflexões relevantes de designers de referência, o Projeto 1/fase 3 e o Projeto 2 na realização de projetos dos próprios alunos.

Objetivo de aprendizagem f) *Reconhecer a importância dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).*

Projeto 2: Os alunos são desafiados a encontrar a quais ODS o Projeto se dirige primordialmente

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Pretende-se utilizar, sempre que possível, metodologias ativas: no Projecto 1, a metodologia *Jigsaw* e no Projeto 2, a metodologia *Aprendizagem-serviço*.

A avaliação é contínua (assiduidade e participação: 5%) e periódica, incluindo um projeto teórico-prático utilizando a metodologia *Jigsaw* (45%) e um projeto prático em contexto real e em parceria com uma organização social, utilizando a metodologia “Aprendizagem-Serviço” (50%).

Na avaliação destes projetos serão contemplados os seguintes fatores: qualidade da reflexão crítica, criatividade, pertinência dos conceitos e respetiva adequação das soluções propostas, capacidade de argumentação e de exposição, capacidade de autoavaliação e evolução ao longo do projeto, cumprimento de prazos, qualidade formal e técnica do projeto e da apresentação final.

A assiduidade mínima obrigatória é de 60% (sessenta por cento) para estudantes em regime normal e de 30% (trinta por cento) para estudantes com estatuto especial.

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

A complementaridade entre o projeto teórico – de pesquisa, análise e síntese teóricas no contexto da História do Design Social, utilizando a metodologia ativa *Jigsaw* – e o projeto prático – realizado em contexto real, através da metodologia *Aprendizagem-Serviço* – revela-se adequada para a progressiva aquisição de competências avançadas de projeto em Design de Comunicação. Permite, simultaneamente, articular as competências disciplinares com o reforço da consciência ética e social, contribuindo para a formação de alunos mais empáticos, conscientes, autónomos, críticos e preparados para utilizar os conhecimentos em Design de Comunicação no

desenvolvimento de qualquer projeto, inclusive os de cariz social. Este tipo de envolvimento dos alunos com contextos reais é essencial para os preparar para os desafios da profissão, por um lado, e para os capacitar nas tarefas de investigação, por outro, o que é indispensável no desenvolvimento de projetos práticos de elevada complexidade. As metodologias de ensino, articuladas com o modelo pedagógico que preconizamos, passam pelo envolvimento do docente na supervisão e orientação das tarefas a realizar no âmbito da UC, fomentando uma progressiva autonomia do aluno.

Bibliografia Principal

- BIERUT, Michael, *Manifesto with ten footnotes* in Bierut, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew "Design beyond commodification", <https://www.studioandrewhoward.com/extracurricular/design-beyond-commodity>
- LIMA, Manuel, *The New Designer: Rejecting Myths, Embracing Change*. Cambridge: The MIT Press, 2023
- LUPTON, Ellen et al, *Extra bold*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2021.
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- PELTA, Raquel, *Lo Primero es lo Primero. Diseño Y Responsabilidad Social* in "Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)", pp.67-93. Paidós: Barcelona, 2004.
- POYNOR, Rick, "First Things First, a brief History" in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, pp 6-10. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- SHEA, Andrew, *Designing for Social Change: Strategies for Community-based Graphic Design*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2012
- BIERUT, Michael, *Manifesto with ten footnotes* in Bierut, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew "Design beyond commodification", <https://www.studioandrewhoward.com/extracurricular/design-beyond-commodity>
- LIMA, Manuel, *The New Designer: Rejecting Myths, Embracing Change*. Cambridge: The MIT Press, 2023
- LUPTON, Ellen et al, *Extra bold*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2021.
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- PELTA, Raquel, *Lo Primero es lo Primero. Diseño Y Responsabilidad Social* in "Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)", pp.67-93. Paidós: Barcelona, 2004.
- POYNOR, Rick, "First Things First, a brief History" in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, pp 6-10. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- SHEA, Andrew, *Designing for Social Change: Strategies for Community-based Graphic Design*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2012

Bibliografia Complementar

- BAUR, Ruedi and Vera (ed), *Our world to Change*. Zurich: Lars Muller Publishers, 2017.
- BIERUT, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings*

on *Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.

CHAVES, Norberto, *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la Consciencia Crítica de los que Comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

- CRANMER, John & Zappaterra, Yolanda, *Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message*. Mies: Rotovision, 2003

- DK Holland (ed.), *Design issues: how graphic design informs society*. Nova Iorque: Allworth Press, 2001.

- 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.

- HOWARD, Andrew, *First Things First manifesto 2000*

- <http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/first-things-first-manifesto-2000/>

- 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.

- McCarron, Carolyn, *First Things First: a second Look*, in DK Holland (ed.), "Design issues: how graphic design informs society". Nova Iorque: Allworth Press, 2001.

- 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.

- 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

202321017 - Social Design

Type

Compulsory

Academic year

2025/26

Degree

Master Communication
Design

Cycle of studies

2

Unit credits

12.00 ECTS

Lecture language

Portuguese

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

1 / 2

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	8.00	0.00	0.00	0.00	0.00	8.00

Total CU hours (semester)

Total Contact Hours
112.00

Total workload
300.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Teresa Olazabal Cabral

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Teresa Olazabal Cabral 0.00 horas

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

This UC intends to develop active research and the search for appropriate solutions in the area of Social Responsibility, contributing to:

- develop the critical sense, ethical awareness and social sensitivity, stimulating the ability to select, analyze and process the information circulating in different media in order to transform it into knowledge;
- develop the capacity for dialogue in a project with several stakeholders, articulating diverse

sensibilities and divergent interests;

c) improve creative and graphic capacity by exploring different different media and applications, and exploring several strands and possibilities in the same project.

d) to promote the students' work capacity and organization, working with relatively short and previously defined deadlines;

e) to deepen awareness of the relevance of Communication Design in the Social area with a view to developing communication projects that can be both ethical and aesthetic, responsible and creative;

f) Recognize the importance of Sustainable Development Goals. This UC intends to develop active research and the search for appropriate solutions in the area of Social Responsibility, contributing to:

a) develop the critical sense, ethical awareness and social sensitivity, stimulating the ability to select, analyze and process the information circulating in different media in order to transform it into knowledge;

b) develop the capacity for dialogue in a project with several stakeholders, articulating diverse sensibilities and divergent interests;

c) improve creative and graphic capacity by exploring different different media and applications, and exploring several strands and possibilities in the same project.

d) to promote the students' work capacity and organization, working with relatively short and previously defined deadlines;

e) to deepen awareness of the relevance of Communication Design in the Social area with a view to developing communication projects that can be both ethical and aesthetic, responsible and creative;

f) Recognize the importance of Sustainable Development Goals.

Syllabus

1) Project 1/ Phase 1: Theoretical project - analysis and critical reflection on various texts, having as a backdrop the search for an ethical attitude and social responsibility in the designer's activity (group work)

2) Project 1/ Phase 2: Construction of a manifesto (group work)

3) Project 1/Phase 3: Design of a poster based on each group's manifesto (individual work)

4) Project 2: Project carried out in partnership with a social association, with a view to solving real problems.

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

Learning objective a) *develop the critical sense, ethical awareness and social sensitivity, stimulating the ability to select, analyze and process the information circulating in different media in order to transform it into knowledge.*

1) Project 1/phase 1

2) Project 1/phase 2

The more theoretical aspect of this Project encourages all these aspects.

4) Project 2

The practical project, developed in a Learning/Service methodology, requires extensive reflection, critical capacity and ethical awareness.

Learning objective b) *Develop the capacity for dialogue in a project with several stakeholders,*

articulating diverse sensibilities and divergent interests.

4) Project 2: Practical project carried out in a group, the success of which will depend not only on understanding between all members of the group, but also on its coordination with those responsible for the Social Association. Furthermore, it will be necessary to take into account the diversity of the population to which the Project is aimed.

Learning objective c) *Improve creative and graphic capacity by exploring different different media and applications, and exploring several strands and possibilities in the same project.*

- 1) Projeto 1/ Fase 2: Estimula a capacidade criativa na construção de um texto**
- 2) Projeto 1/Fase 3: Estimula a capacidade criativa e gráfica na conceção de uma aplicação (cartaz) que se pode considerar uma síntese de competências e sensibilidade gráficas (composição bidimensional).**
- 3) Projeto 2: Projeto realizado em conjunto com as UC “Projeto Audiovisual” e “Produção digital”, o que permite ganhar diferentes competências num projeto que contempla uma grande diversidade de meios.**

Learning objective d) *To promote the students' work capacity and organization, working with relatively short and previously defined deadlines.*

4) The 2nd project will have a development period with several short and pre-defined phases, with a view to its implementation in a short space of time.

Learning objective e) *To deepen awareness of the relevance of Communication Design in the Social area with a view to developing communication projects that can be both ethical and aesthetic, responsible and creative.*

All content, as a whole, aims to contribute to this objective: Project 1 (phases 1 and 2), making relevant projects and reflections of reference designers known, Project 1/phase 3 and Project 2 in carrying out projects of the students themselves.

Learning objective f) *Recognize the importance of Sustainable Development Goals*

4) Project 2: Students are challenged to find which SDGs the Project is primarily aimed at.

Teaching methodologies (including evaluation)

It is intended to use, whenever possible, active methodologies: in Project 1, the *Jigsaw* methodology and in Project 2, the *Service-Learning* methodology.

Assessment is continuous (attendance and participation: 5%) and periodic, including a theoretical-practical project using the *Jigsaw* methodology (45%) and a practical project in a real context and in partnership with a social organisation, using the *Service-Learning* methodology (50%).

The following factors will be taken into consideration when evaluating these projects: quality of critical reflection, creativity, relevance of the concepts and appropriateness of the proposed solutions, capacity of argumentation and presentation, capacity for self-evaluation and evolution throughout the project, deadline compliance, formal and technical quality of the project and of the final presentation.

The minimum mandatory attendance is 60% (sixty per cent) for students in the regular regime and 30% (thirty per cent) for students with special status.

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

The complementarity between the theoretical project - of theoretical research, analysis and synthesis in the context of the History of Social Design, using the active methodology Jigsaw - and the practical project - carried out in a real context, through the "Service-Learning" methodology - proves to be adequate for the progressive acquisition of advanced project skills in Communication Design. At the same time, allows articulating the disciplinary skills with the reinforcement of the ethical and social awareness, contributing to the training of more empathetic, aware, autonomous, critical students, prepared to use knowledge in Communication Design in the development of any project, including those of a social nature. This type of student involvement with real contexts is essential to prepare them for the challenges of the profession, on the one hand, and to empower them in research tasks, on the other, which is indispensable in the development of highly complex practical projects. The teaching methodologies, articulated with the pedagogical model that we advocate, involve the teacher in the supervision and guidance of the tasks to be performed within the course, encouraging progressive student autonomy.

Main Bibliography

- BIERUT, Michael, *Manifesto with ten footnotes* in Bierut, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew "Design beyond commodification", <https://www.studioandrewhoward.com/extracurricular/design-beyond-commodity>
- LIMA, Manuel, *The New Designer: Rejecting Myths, Embracing Change*. Cambridge: The MIT Press, 2023
- LUPTON, Ellen et al, *Extra bold*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2021.
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- PELTA, Raquel, *Lo Primero es lo Primero. Diseño Y Responsabilidad Social* in "Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)", pp.67-93. Paidós: Barcelona, 2004.
- POYNOR, Rick, "First Things First, a brief History" in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, pp 6-10. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- SHEA, Andrew, *Designing for Social Change: Strategies for Community-based Graphic Design*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2012
- BIERUT, Michael, *Manifesto with ten footnotes* in Bierut, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
- HOWARD, Andrew, "There is such a thing as society", <http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>)
- HOWARD, Andrew "Design beyond commodification", <https://www.studioandrewhoward.com/extracurricular/design-beyond-commodity>
- LIMA, Manuel, *The New Designer: Rejecting Myths, Embracing Change*. Cambridge: The MIT Press, 2023
- LUPTON, Ellen et al, *Extra bold*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2021.
- MARGOLIN, Victor. *Design e Risco de Mudança*. Lisboa: Verso da História, 2014.
- PELTA, Raquel, *Lo Primero es lo Primero. Diseño Y Responsabilidad Social* in "Diseñar hoy. Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico (1998-2003)", pp.67-93. Paidós: Barcelona, 2004.

POYNOR, Rick, "First Things First, a brief History" in AA. VV., *Looking Closer 4. Critical Writings on Graphic Design*, pp 6-10. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.

SHEA, Andrew, *Designing for Social Change: Strategies for Community-based Graphic Design*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2012

Additional Bibliography

- BAUR, Ruedi and Vera (ed), *Our world to Change*. Zurich: Lars Muller Publishers, 2017.
- BIERUT, Michael Drenttel, William and Heller, Steven (ed.), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. Nova Iorque: Allworth Press, 2002.
 - CHAVES, Norberto, *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la Consciencia Crítica de los que Comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
 - CRANMER, John & Zappaterra, Yolanda, *Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message*. Mies: Rotovision, 2003
 - DK Holland (ed.), *Design issues: how graphic design informs society*. Nova Iorque: Allworth Press, 2001.
 - 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.
 - HOWARD, Andrew, *First Things First manifesto 2000*
<http://www.studioandrewhoward.com/reading-writing/first-things-first-manifesto-2000/>
 - 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.
 - McCarron, Carolyn, *First Things First: a second Look*, in DK Holland (ed.), "Design issues: how graphic design informs society". Nova Iorque: Allworth Press, 2001.
 - 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.
 - 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.