



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202322017 - Design Para O Futuro

Tipo

Obrigatória

| | | | |
|--------------------|--------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| Ano lectivo | Curso | Ciclo de estudos | Créditos |
| 2025/26 | Mestrado Design Comunicação | 2º | 12.00 ECTS |
| Idiomas | Periodicidade | Pré requisitos | Ano Curricular / Semestre |
| Português ,Inglês | semestral | | 2º / 1º |

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)

Gonçalo André Moço Falcão

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Gonçalo André Moço Falcão 8.00 horas

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

Pensar o design como um instrumento de mudança para um futuro melhor;
Integrar teoria e prática no desenvolvimento de soluções de design relevantes, integrando meios

analógicos e digitais.

Desenvolver a Autoaprendizagem e autonomia em projetos numa perspetiva propedêutica de I&D, inseridos num contexto profissionalizante;

Compreender melhor o contexto social presente nas suas múltiplas dimensões: ambiental, cultural, económica, política e social;

Criar estratégias de comunicação complexas, preferencialmente ancoradas em contextos reais.

Conteúdos Programáticos / Programa

O aluno deverá desenvolver a sua capacidade de identificar potenciais possibilidades para o desenvolvimento de trabalho de design de comunicação e de avaliar a sua capacidade de intervenção;

O aluno deverá desenvolver competências que lhe permitam operar num contexto económico, percebendo e quantificando o trabalho e avaliando perspetivas futuras;

O aluno deverá desenvolver credibilizar intelectualmente e financeiramente o seu projeto de comunicação;

O aluno deverá contribuir para o desenvolvimento do seu próprio enunciado, mostrando uma visão esclarecida do(s) problema(s) e do caminho a seguir, e mostrar competências técnicas e interpessoais;

O aluno deverá mostrar competências no desenvolvimento de soluções estratégicas para projetos de comunicação visual que articulem positivamente os interesses das partes, sem esquecer o papel social do Designer.

Propõem-se duas vias de desenvolvimento para um projeto prático:

1. Projeto proposto pelo estudante, partindo de um contexto real e assegurando o nível de complexidade exigido (a ser discutido e aprovado pelo professor);

2. Projeto concebido com base num tema proposto por uma empresa, pelo professor ou tendo em consideração as linhas/temas de financiamento (tipicamente “Horizontes”), que orientam o desenvolvimento da inovação e da investigação na União Europeia.

Adequação da carga de trabalho ao perfil e ano curricular dos estudantes: a Unidade Curricular de “Design Para o Futuro” credita 12 ECTS, contando com 300 horas de trabalho num semestre, das quais 112 serão de contacto com os alunos e 188 horas de trabalho autónomas.

O projeto da UC “Design Para o Futuro” está dividido em 3 fases: Fase 1 / Abertura; Fase 2 / Mapa de ideias (iterar para comunicar); Fase 3 / Pele e Pulsação: dar corpo às intenções.

Fase 1 / Abertura

- 1.1 Recolha e análise de dados quantitativos; enquadramento e definição do contexto; mapa do contexto;
- 1.2 Análise crítica de referências nacionais e internacionais relevantes e atuais para o tema.
- 1.3 Compreensão do problema do utilizador compreensão das questões e do papel do utilizador, levantamento de necessidades de diferentes utilizadores, análise de contexto físico, funcional e emocional.
- 1.4 Construção e formulação de um documento/apresentação sobre a problemática comunicacional

Fase 2 / Mapa de ideias (iterar para comunicar)

- 2.1 Geração de conteúdos e propostas visuais/textuais com abordagens distintas. Ensaiar formas de dizer — narrativas, tons de voz, estilos visuais, códigos gráficos, formatos. Desenvolvimento de o mínimo de 3 propostas distintas de conteúdo (visuais, escritos, sonoros ou híbridos) para objetos de comunicação (proibido fazer marcas ou logotipos);
- 2.2 Esperimentação de canais e suportes de comunicação (físicos, digitais, interativos, participativos). Testar a adequação das diferentes abordagens a diferentes meios e públicos; produção de primeiras maquetas ou simulações em diferentes meios (considerar formatos não convencionais de comunicação);
- 2.3 Depuração Criativa a partir de crítica e observação (docentes, pares, público-teste). Reposicionar ou consolidar uma direção. Apresentação crítica dos testes de conteúdo + meio; registo do feedback e identificação de padrões de receção ou fragilidades;

Fase 3 / Pele e Pulsação: dar corpo às intenções

- 3.1 Pensar o sistema de comunicação como conjunto (imagens, tom, meios, público); garantir coerência visual e conceptual entre os diferentes elementos do projeto; incluir pequenas iterações finais, se necessário;
- 3.2 Produção das maquetas finais e/ou meios de comunicação; desenvolver e finalizar as peças ou sistemas de comunicação (digitais, impressos, espaciais, interativos, etc.); garantir qualidade técnica, rigor formal e clareza comunicacional; produzir simulações físicas e digitais;
- 3.3 Preparar a exposição crítica do projeto, demonstrando o processo, as aprendizagens e os resultados. Criar uma apresentação visual (tipo *powerpoint*) e oral que sintetize a trajetória, elaborar suportes expositivos e materiais complementares (vídeo, peça físicas); desenvolver uma narrativa fundamentada.

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

Ao levar o estudante a reconhecer a importância de identificar mecanismos de financiamento comunitário e estatal, orientamos os projetos para áreas estratégicas onde se verifica maior investimento e, por conseguinte, onde o aluno terá melhores perspectivas de prosseguir a sua prática profissional após a conclusão da formação. Também estimulamos a capacidade de pesquisa e pensamento crítico.

Não limitamos a empregabilidade do ao mundo empresarial; por isso, atribuímos especial relevância ao terceiro setor. Ademais, é fundamental que o estudante tome consciência das suas vantagens competitivas e das áreas de trabalho em que se sente mais motivado a atuar.

Chegado ao terceiro semestre do seu mestrado o aluno tem que ser capaz de pesquisar de modo autónomo e de seleccionar a informação útil. O projeto proposto tem sempre uma forte implantação num contexto social de forma a garantir que o aluno opera numa situação complexa e com diferentes interesses.

A gestão do projeto e prazos também são definidos pelos alunos, procurando assim que sejam capazes de antecipar os requisitos e exigências dos seus projetos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A metodologia adotada nesta UC, de natureza projetual, inclui três momentos de exposição, bem como oportunidades de pesquisa e seleção crítica de informação. A avaliação contínua terá em conta o percurso desenvolvido ao longo do projeto e o resultado final.

As aulas teóricas serão acompanhadas por apresentações e debates sobre os temas de carácter projetual, com o objetivo de promover o trabalho relativo aos conteúdos da UC e incentivar a autonomia no desenvolvimento dos projetos.

A avaliação contínua integra três momentos formais, calendarizados, com classificação expressa na escala de 0-20 valores, de natureza formativa e somativa, garantindo a validação progressiva de competências e o acompanhamento pedagógico estruturado.

A distribuição percentual dos três momentos na construção da classificação final da avaliação contínua será a seguinte: 1.ª Avaliação Intercalar: 20%; 2.ª Avaliação Intercalar: 30%, e Avaliação Final: 50%.)

Cada um dos três momentos de avaliação inclui a apresentação em sala de aula dos projetos com comentários do professor, pares e eventuais convidados, com análise e discussão crítica, de modo a permitir a reorientação fundamentada do percurso projetual do estudante, identificando fragilidades e consolidando opções projetuais ou experimentais.

Cada um dos três momentos de avaliação inclui a submissão das apresentações num ficheiro PDF, entregue na plataforma Moodle.

Os alunos receberão a avaliação quantitativa de cada uma das fases até duas semanas depois do momento de avaliação.

Na primeira semana do semestre, o docente responsável apresentará a todos os estudantes: a) O programa da UC, incluindo objetivos gerais e específicos; b) As fases de trabalho e a sua calendarização rigorosa, com datas concretas, indicando as semanas previstas para cada avaliação e como é feita a submissão da avaliação (Moodle, apresentação em aula, ou outra); c) Os critérios de avaliação e a respetiva ponderação; d) Os requisitos de assiduidade mínima e as suas implicações; e) As metodologias de ensino e a organização geral do semestre.

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

O desenvolvimento de um projeto complexo, que exige uma preparação estratégica prévia ao próprio desenvolvimento visual, implica o exercício e a articulação de diversas competências — técnicas e interpessoais — em um contexto de ampla autonomia.

Nesse cenário, o professor desempenha o papel de mentor, acompanhando o trabalho e sugerindo referências, mas sem intervir diretamente nas opções estratégicas definidas pelos estudantes. Além disso, durante as aulas teóricas e de enquadramento, cabe ao docente agilizar a busca, o tratamento e a partilha de informações necessárias a todos os projetos, oferecendo ainda a devida contextualização profissional.

OUTRAS OBSERVAÇÕES / OBSERVAÇÕES FINAIS

Compete ao responsável de UC coordenar os critérios de avaliação, organizar reuniões de aferição pedagógica antes do lançamento das notas finais da avaliação final e submeter ao Coordenador de Ano a calendarização detalhada das datas previstas para entregas de trabalhos, avaliações intercalares e exames.

O responsável da Unidade Curricular deverá submeter ao Coordenador de Ano a calendarização detalhada das datas previstas para entregas de trabalhos, avaliações intercalares e exames. O Coordenador de Ano analisará e validará esta proposta, assegurando a harmonização com as restantes Unidades Curriculares do ano curricular, evitando sobreposições e garantindo uma distribuição equilibrada do esforço exigido aos estudantes.

Compete ainda ao Coordenador de Ano manter uma articulação regular com os delegados de turma, acompanhando a execução do plano letivo e recolhendo eventuais alertas sobre situações de sobrecarga, descoordenação ou desequilíbrios entre Unidades Curriculares.

REQUISITOS ESPECIAIS / PRÉ-REQUISITOS / CONDIÇÕES DE FREQUÊNCIA

Assiduidade mínima obrigatória: Para acesso à avaliação contínua, é obrigatória uma assiduidade mínima de 60% das aulas lecionadas para estudantes em regime normal e 30% para estudantes com estatuto especial. Estes limites asseguram a participação efetiva no processo de ensino-aprendizagem e a validação das competências práticas.

Bibliografia Principal

FRASCARA, J. (2004). *Communication Design. Principles, Methods and Practice*. Allworth Press.

Bibliografia Complementar

- AIREY, D. (2024), *Identity Designed: The Process*. Quarto Publishing Group
- CHAVES, N. (2002). *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Gustavo Gili.
- COLOMINA, B., & WIGLEY, M. (2016). *Are we human? Notes on an Archaeology of Design*. Lars Müller Publishers.
- DORST, K. (2006). *Understanding Design* (2nd ed.). BIS Publishers. (Original work published 2003)
- FALCÃO, Gonçalo (2023). O Mundo Vai Continuar A Não Ser Como Era. Em *O Mundo Vai Continuar A Não Ser Como Era, 100 Anos De Design Gráfico Na Coleção Carlos Rocha* (1a, pp. 42-80). MUDE - Museu do Design e Da Moda.
- FLETCHER, A. (2001). *The Art of Looking Sideways*. Phaidon Press.
- HARA, K. (2011). *Designing Design*. Lars Müller Publishers.
- HARARI, Y. (2018). *21 Lessons For The 21st Century*. Jonathan Cape.
- LASN, K. (2006). *Design Anarchy*. Adbusters Media Foundation.
- LUPTON, E. (2021). *Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers*. Princeton Architectural Press
- MAU, B., & Leonard, J. (2004). *Massive Change*. Phaidon.
- MIDAL, A. (2019). *Design By Accident, For A New History Of Design* (J. Horton) Stenberg Press.
- POYNOR, R. (2023). *Why Graphic Culture Matters*. Occasional Papers
- RAND, P. (1993). *Design, Form, and Chaos*. Yale University Press.
- STEFFEN, A. (Ed.). (2006). *Worldchanging: A user's guide for the 21st century*. Abrams.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

202322017 - Design for the future

Type

Compulsory

Academic year

2025/26

Degree

Master Communication
Design

Cycle of studies

2

Unit credits

12.00 ECTS

Lecture language

Portuguese ,English

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

2 / 1

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)

Gonçalo André Moço Falcão

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Gonçalo André Moço Falcão 8.00 horas

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

Think of design as an instrument of change for a better future;

Integrate theory and practice in the development of relevant design solutions, integrating analogue and digital media;

Develop self-learning and autonomy in projects from a propaedeutic R&D perspective, within a

professional context;

Improve the comprehension of the social context in its multiple dimensions: environmental, cultural, economic, political and social;

Create complex communication strategies, preferably based in real life contexts.

Syllabus

The student is expected to develop the ability to identify potential opportunities for the development of communication design projects, and to critically assess their own capacity for meaningful intervention.

The student should acquire competencies that allow them to operate within an economic context, understanding and quantifying their work while evaluating future perspectives.

The student is expected to intellectually and financially validate the credibility of their communication project.

The student must contribute actively to the development of their own project brief, demonstrating a clear and informed vision of the problem(s) at hand and of the intended approach, while also displaying both technical and interpersonal skills.

The student should demonstrate strategic thinking skills in the development of visual communication solutions that balance the interests of all stakeholders, without disregarding the social responsibility of the designer.

Two possible paths are proposed for the development of the practical project:

1. A project proposed by the student, based on a real context and ensuring the required level of complexity (to be discussed and approved by the instructor);
2. A project developed based on a topic proposed by a company, by the instructor, or aligned with funding priorities (typically the "Horizon" framework) that guide innovation and research development within the European Union.

Workload and ECTS Alignment

In line with the students' academic level and curriculum progression, the unit *Design for the Future* is worth 12 ECTS, corresponding to 300 hours of work per semester, of which 112 hours are contact time and 188 hours are autonomous work.

Project Phases

The Design for the Future unit is structured in three phases:

Phase 1 - Opening

- 1.1 Collection and analysis of quantitative data; context framing and definition; context mapping;
- 1.2 Critical analysis of relevant and up-to-date national and international references;
- 1.3 Understanding the user's problem: analysis of the user's role, identification of needs for different user profiles, analysis of physical, functional, and emotional context;

1.4 Construction and formulation of a document/presentation outlining the communication problem.

Phase 2 - Map of Ideas (Iterating to Communicate)

2.1 Generation of content and visual/textual proposals using distinct approaches. Exploration of ways of saying—narratives, tones of voice, visual styles, graphic codes, and formats. Development of at least three distinct content proposals (visual, written, sonic or hybrid) for communication artefacts. The development of brands or logos is not permitted;

2.2 Experimentation with communication channels and media (physical, digital, interactive, participatory). Testing the adequacy of different approaches for different platforms and audiences. Development of first mock-ups or simulations across media. Unconventional communication formats should be considered;

2.3 Creative refinement based on critique and observation (from instructors, peers, and test audiences). Repositioning or consolidating a project direction. Critical presentation of tested content + media; recording feedback and identifying patterns of reception and areas for improvement.

Phase 3 - Skin and Pulse: Giving Form to Intention

3.1 Considering the communication system as a whole (images, tone, media, audience); ensuring **visual and conceptual coherence** between all project components; applying final refinements where needed;

3.2 Production of final mock-ups and/or communication media; developing and finalizing pieces or communication systems (digital, print, spatial, interactive, etc.); ensuring technical quality, formal precision, and communicational clarity; producing physical and digital simulations;

3.3 Preparing a critical presentation of the project, demonstrating process, learning, and outcomes. Creating a visual (e.g., PowerPoint) and oral presentation that synthesizes the project's trajectory. Development of supporting materials and complementary artefacts (video, physical pieces). Crafting a well-reasoned project narrative.

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

By encouraging students to recognise the importance of identifying public and EU funding mechanisms, we guide their projects towards strategic areas where investment is currently most significant, thereby enhancing their prospects for continuing professional practice after graduation. At the same time, we foster their capacity for research and critical thinking.

We do not limit employability to the business sector alone; therefore, we assign particular relevance to the third sector. It is also essential that students become aware of their competitive advantages and identify the professional contexts in which they are most motivated to work.

By the third semester of the Master's programme, students are expected to be capable of autonomous research, as well as of selecting and applying relevant information to their design practice. The proposed project must always be rooted in a real and socially grounded context, ensuring that the student works within complex situations involving diverse and potentially conflicting interests.

Project management and scheduling are also defined by the students themselves, so that they learn to anticipate the requirements and constraints of their own design proposals.

Teaching methodologies (including evaluation)

The methodology adopted in this course unit, which is project-based in nature, includes three formal review moments, as well as opportunities for research and critical selection of information. Continuous assessment will take into account both the student's development throughout the project and the final outcome.

Theoretical sessions will be complemented by presentations and debates on project-related topics, with the aim of supporting work aligned with the course content and promoting autonomy in the development of individual projects.

Continuous assessment includes three scheduled evaluation moments, with grading on a 0–20 scale, combining formative and summative components to ensure progressive validation of skills and a structured pedagogical follow-up.

The weighting of the three evaluation moments in the calculation of the final grade for continuous assessment is as follows:

1st Interim Evaluation: 20%

2nd Interim Evaluation: 30%

Final Evaluation: 50%

Each of the three evaluation moments includes a **classroom presentation** of the project, followed by **feedback from the instructor, peers, and invited guests**, and a **critical discussion** that supports the student in reorienting their design process, identifying weaknesses and consolidating project or experimental decisions.

Each evaluation moment also requires the submission of a PDF presentation file via the Moodle platform.

Students will receive their quantitative grade for each phase within two weeks of the corresponding evaluation moment.

During the first week of the semester, the course instructor will present to all students:

- a) The full course programme, including general and specific objectives;
- b) The different phases of the project and their detailed schedule, with precise dates, indicating the evaluation weeks and submission formats (Moodle, in-class presentation, or other);
- c) The assessment criteria and respective weightings;
- d) The minimum attendance requirements and their implications;
- e) The teaching methodologies and overall organisation of the semester.

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

The development of a complex project, which requires strategic preparation prior to visual execution, involves the exercise and integration of multiple competencies—both technical and interpersonal—within a framework of high student autonomy.

In this context, the instructor acts as a mentor, providing guidance, monitoring the progress of the work, and suggesting relevant references, but without directly intervening in the strategic decisions made by the students. Furthermore, during theoretical and framing sessions, the instructor is responsible for facilitating the search, processing, and sharing of information essential to all projects, while also providing appropriate professional and disciplinary context.

OTHER REMARKS / FINAL OBSERVATIONS

It is the responsibility of the Course Unit Coordinator to define and align the assessment criteria, to organise pedagogical calibration meetings prior to the submission of final grades, and to submit to the Year Coordinator a detailed schedule outlining the proposed dates for project submissions, interim evaluations, and final examinations.

The Course Unit Coordinator must submit this detailed schedule to the Year Coordinator, who will review and validate the proposal, ensuring its alignment with the schedules of other Course Units within the same academic year. This process aims to prevent overlapping deadlines and to guarantee a balanced distribution of workload for students.

It is also the responsibility of the Year Coordinator to maintain regular communication with class representatives, monitoring the implementation of the academic plan and collecting feedback on any signs of overload, misalignment, or imbalance between different Course Units.

SPECIAL REQUIREMENTS / PREREQUISITES / ATTENDANCE CONDITIONS

Minimum attendance requirement: In order to be eligible for continuous assessment, students must attend at least 60% of the scheduled classes (standard enrolment) or 30% in the case of students with special status. These thresholds ensure active participation in the teaching and learning process and the proper validation of practical competencies.

Main Bibliography

FRASCARA, J. (2004). *Communication Design. Principles, Methods and Practice*. Allworth Press.

Additional Bibliography

- AIREY, D. (2024), *Identity Designed: The Process*. Quarto Publishing Group
- CHAVES, N. (2002). *El Oficio de Diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Gustavo Gili.
- COLOMINA, B., & WIGLEY, M. (2016). *Are we human? Notes on an Archaeology of Design*. Lars Müller Publishers.
- DORST, K. (2006). *Understanding Design* (2nd ed.). BIS Publishers. (Original work published 2003)
- FALCÃO, Gonçalo (2023). O Mundo Vai Continuar A Não Ser Como Era. Em *O Mundo Vai Continuar A Não Ser Como Era, 100 Anos De Design Gráfico Na Coleção Carlos Rocha* (1a, pp. 42-80). MUDE - Museu do Design e Da Moda.
- FLETCHER, A. (2001). *The Art of Looking Sideways*. Phaidon Press.
- HARA, K. (2011). *Designing Design*. Lars Müller Publishers.
- HARARI, Y. (2018). *21 Lessons For The 21st Century*. Jonathan Cape.
- LASN, K. (2006). *Design Anarchy*. Adbusters Media Foundation.
- LUPTON, E. (2021). *Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers*. Princeton Architectural Press
- MAU, B., & Leonard, J. (2004). *Massive Change*. Phaidon.
- MIDAL, A. (2019). *Design By Accident, For A New History Of Design* (J. Horton) Stenberg Press.
- POYNOR, R. (2023). *Why Graphic Culture Matters*. Occasional Papers
- RAND, P. (1993). *Design, Form, and Chaos*. Yale University Press.
- STEFFEN, A. (Ed.). (2006). *Worldchanging: A user's guide for the 21st century*. Abrams.