

PROGRAMA CURRICULAR

ANO LETIVO 2015 — 2016

Unidade Curricular:	(Design de Comunicação III)
Docente responsável:	(Luísa Ribas)
Respetiva carga letiva na UC:	(0)
Outros Docentes:	(Suzana Parreira + Isabel Castro; Pedro Almeida)
Respetiva carga letiva na UC:	(6 + 6 + 6)
ECTS:	(9 ECTS)

1 — Objetivos de Aprendizagem

Design de Comunicação III visa uma consciencialização do espectro cultural e actual âmbito de actuação da disciplina, mediante os seguintes conhecimentos, aptidões e competências:

- a) reconhecer referentes contemporâneos e históricos da cultura do design, enquanto campo de estudo e prática projectual;
- b) desenvolver capacidades de análise e crítica construtiva pelo reconhecimento de princípios de design e exploração de diferentes meios de produção, linguagens e estratégias de comunicação;
- c) fomentar a pesquisa e investigação como bases da conceptualização e desenvolvimento do projecto de design, reconhecendo as suas implicações e promovendo afirmação de um discurso próprio;
- d) consolidar critérios estéticos e desenvolver metodologias adequadas aos meios disponíveis;
- e) promover a autonomia conceptual e operativa do aluno, valorizando a colaboração em equipa e o domínio do projecto (da concepção à produção e implementação).

2 — Conteúdos Programáticos

O programa parte de visões contemporâneas do design, revendo a consolidação do modernismo no caminho para o pós-modernismo. A nível cultural e conceptual centra-se na ruptura pós-moderna com uma herança de princípios de design rígidos. Do ponto de vista operativo foca-se na articulação semântica do texto, imagem, forma e expressão, bem como na estruturação de objectos e projectos de comunicação (linguagem, identidade e estratégia). Explora-se a complementaridade de meios de produção e suportes da comunicação (impressos, temporais, digitais e online).

Temáticas:

- tipografia e retórica verbal-visual;
- coerência gráfica (em meios impressos e digitais);
- linguagem consistente em meios complementares.

Contextos:

- ideais e mudanças no design de comunicação;
- raízes culturais do design (Europa e Portugal);
- pós-modernismo, pós-punk e new wave.

Projecto:

- pesquisa e linguagem (sustentação);
- metodologia e estratégia de comunicação (prática);
- argumentação e publicação (validação).

3 — Metodologias de Ensino e Avaliação

As aulas teóricas abordam temas que suportam a conceptualização e desenvolvimento dos trabalhos práticos. As aulas práticas visam a realização orientada de exercícios e projectos e gradual gestão das opções temáticas e operativas que lhes são inerentes. As aulas de apresentação convocam o aluno para a discussão de temas e exposição e argumentação dos seus projectos. A avaliação contínua baseia-se na assiduidade, participação, empenho e evolução do aluno. É complementada por avaliações de desempenho periódicas. A avaliação final contempla 40% (exercícios individuais) + 45% (projectos de grupo) + 15% (avaliação contínua e blog). Baseia-se na correspondência às metodologias e prazos de cada fase de trabalho, nos critérios relativos ao projecto (pesquisa, metodologia, criatividade, adequação, pertinência) e relativos ao desempenho do aluno (maturidade conceptual e operativa, capacidade crítica, clareza na comunicação, integração e cooperação).

4 — Bibliografia de Consulta

- Bierut, M., Heller, S., Helfand, J., & Poynor, R. (Eds.). (1999). *Looking Closer 3: Classic Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press. [DG 6/93 \(3\)](#).
- Blauvelt, A., & Lupton, E. (Eds.). (2011). *Graphic Design Now in Production*. New York: Walker Art Center. [DG 6/404](#).
- Klanten, R., & Ehmann, S. (Eds.). (2010). *Turning Pages: Editorial Design for Print Media*. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- Lupton, E., & Miller, J. A. (1999). Deconstruction and graphic design. In E. Lupton & J. A. Miller (Eds.), *Design Writing Research* (pp. 03-23). London: Phaidon Press. [DG 6/55](#).
- Poynor, R. (Ed.). (2004). *Communicate: independent british graphic design since the sixties* (1st ed.). London: Laurence King Publishing. [DG 6/297](#).
- Pullman, C. (1998). Some things change. In S. Heller (Ed.), *The education of a Graphic Designer* (1st ed., pp. 109-112). New York: Allworth Press. [DG 6/121](#).
- Weingart, W. (2000). *Typography - My Way to Typography*. Basel: Lars Müller Publishers. [DG 6/51](#).

5 — Assistência aos alunos

O horário e local de atendimento será afixado pela Coordenação da área de Design de Comunicação. A assistência aos alunos é feita mediante marcação e confirmação prévia com as docente através dos respectivos endereços:

Suzana Parreira <suzana.parreira@fba.ul.pt>

Pedro Almeida <pedro.almeida@fba.ul.pt>

Isabel Castro <isabelcastro@fba.ul.pt>

BLOG (em criação): <http://dc2e3em1516.wordpress.com>