

## **DESIGN DE IDENTIDADE**

Mestrado em Design Digital

---

Código: 20404

Área Científica Predominante: Design de Comunicação

Docente: Nuno Duarte Martins

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 30h Carga Trabalho: 105h

ECTS: 5,0

---

### **Objetivos**

A proliferação de meios e suportes de comunicação, sobretudo digital, são geradoras de rápidas dinâmicas de informação e de interação. A aproximação entre os cidadãos e as marcas é crescente, conduzindo a oportunidades, mas também a riscos para as marcas. Tudo isto resulta em constantes desafios na conceptualização, desenho e gestão de identidades visuais.

A unidade curricular de Design de Identidade pretende dotar os alunos de pensamento crítico de modo a compreenderem as problemáticas dos atuais sistemas de comunicação e de interação em rede. Nesta abordagem teórica é estimulada a discussão a partir de autores e de casos reais.

### **Resultados da Aprendizagem**

Através desta disciplina, pretende-se que os designers obtenham uma formação robusta no campo da comunicação digital. No final da unidade curricular, os alunos deverão ser capazes de analisar, em contexto real, casos complexos do design de identidade. Pretende-se igualmente que os conhecimentos adquiridos nesta unidade curricular ajudem os designers na solidificação das suas competências, nomeadamente na conceptualização e desenho de identidades gráficas.

### **Conteúdos Programáticos**

1. Os meios digitais e a comunicação em rede
2. A informação e o poder partilhado e descentralizado
3. A identidade, o simbólico, o cosmético
4. A aproximação entre o indivíduo e a Marca
  - 4.1. O viral
  - 4.2. Da comunicação à interação
  - 4.3. Os movimentos de cidadãos
  - 4.4. A expansão do conceito de Marca

## 5. Identidade e comunicação

### 5.1. Do sagrado ao profano: memória, intemporalidade, modernização

### 5.2. O jogo entre a emoção, a diversão e a razão

### 5.3. Singularidade

### 5.4. As Marca Mutantes

### 5.5. Efemeridade, versatilidade, renovação

### 5.6. Diálogo, interação e guerrilha

## 6. Monitorização e análise de resultados

## 7. Desenvolvimento da apresentação oral e do trabalho escrito

### 7.1 Noções base no desenvolvimento de um artigo académico-científico

### 7.2 A ética; o plágio; as referências bibliográficas

## **Bibliografia Recomendada**

— Anderson, Chris (2007). *A Cauda Longa: Por que é que o futuro dos negócios é vender menos de mais produtos*. (2ª ed.) Lisboa: Actual Editora.

— Brand New: Opinions on corporate and brand identity work. <http://www.underconsideration.com/brandnew>.

— Castells, Manuel. *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. 2ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

— Klein, Naomi (1999). *No Logo: O Poder das Marcas*. Lisboa: Relógio d'Água.

— Ramonet, Ignacio (1999). *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.

## **Métodos de Ensino e de Aprendizagem**

O conteúdo programático da unidade curricular está dividido em duas partes principais, de acordo com os seus objetivos.

A primeira parte é sobretudo teórica, onde se explora os conteúdos relativos aos desafios da identidade nos sistemas de comunicação em rede. Desta forma, o aluno é estimulado a refletir sobre as problemáticas da identidade no universo digital. A sensibilidade adquirida pela discussão de temas como a descentralização da comunicação ou a aproximação entre as marcas e os cidadãos, é fundamental para a formação como designers. Tendo em conta o objetivo da disciplina em preparar os alunos para o mercado de trabalho, a segunda parte do programa é dedicado à análise e discussão de casos reais, trazidos pelos próprios alunos.

Os discentes desenvolvem um estudo de caso, que os ajudará adquirir processos autónomos de avaliação e análise crítica de problemas; e, por fim, apresentam e discutem o estudo realizado (numa apresentação oral e num

trabalho escrito).

### **Métodos de Avaliação**

A avaliação do aluno prevê não só um percurso sustentado no desenvolvimento de exercícios, mas também na assiduidade, participação nas aulas e no cumprimento dos prazos propostos. A avaliação é pontuada por dois momentos de avaliação e pelo resultado da avaliação contínua (AC) abaixo descritos.

A avaliação nesta unidade curricular resulta da conjugação das componentes:

(Apresentação oral x 0.4) + (Trabalho escrito x 0.5) + (Avaliação contínua x 0.1)

O aluno obterá aprovação à unidade curricular se a sua classificação final for igual ou superior a 9.5 valores (escala de 0 a 20).

O aluno deverá apresentar pessoalmente o seu trabalho na aula definida; e entregar o trabalho escrito na data prevista. Não serão aceites trabalhos entregues fora do prazo definido.

O docente pressupõe que todos os trabalhos apresentados são da autoria do aluno que o assina.

Se se verificar que algum trabalho não foi feito pelo aluno que o assina, este receberá 0 (zero) na respectiva componente da avaliação.

### **Assiduidade e Pontualidade**

A assiduidade e a pontualidade são fatores determinantes para um bom desempenho na unidade curricular e para a avaliação final. O aluno não poderá exceder o total de 1/3 de faltas das aulas lecionadas. Caso exceda esse número limite de faltas, o aluno estará automaticamente reprovado.

### **Avaliação em época de recurso**

De acordo com o regulamento dos Mestrados do IPCA, Despacho (PR) N.º 63/2013, artigo 19º, alínea 6, o aluno tem a possibilidade de uma 2.ª oportunidade de avaliação, uma única vez nesta UC, na época de recurso. A avaliação de recurso ocorre durante o mês de setembro e é definida pelo docente da unidade curricular, a partir do trabalho desenvolvido durante o período letivo, em termos de quantidade e indicação dos trabalhos a entregar nesta época. Por essa razão, o aluno terá obrigatoriamente de informar o docente sobre a intenção de recorrer a esta época de avaliação e, deste modo, ter conhecimento sobre os pormenores do trabalho a entregar.