

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

2021/2022

Curso
Mestrado – Cultura Científica e Divulgação das Ciências
Designação
Estratégias e práticas de divulgação da ciência
Docente(s) (Indicar também qual o docente responsável pela U.C.)
Jorge Revez (Faculdade de Letras) (Responsável); Ana Horta (Instituto de Ciências Sociais), José Vítor Malheiros (Convidado), Pedro Reis, Mónica Baptista (Instituto de Educação)
Descrição geral (ECTS, Carga horária, Apoio tutorial, etc.)
6 ECTS; 2h por semana no segundo semestre de 2021/2022, às terças-feiras, das 18h às 20h
Objetivos / Competências
a) Proporcionar aos estudantes a aprendizagem das dimensões teórico-práticas da comunicação da ciência, incluindo as formas de comunicação formais, não-formais, institucionais e pessoais.
b) Permitir aos estudantes a aquisição de competências de desenvolvimento de estratégias e de práticas de divulgação da ciência, ao nível da relação com os média e da própria comunicação e imagem institucional.
c) Familiarizar os estudantes com práticas relacionadas com a produção e a gestão de conteúdos, numa perspetiva estratégica, selecionando as mais eficientes técnicas de comunicação a usar em vários contextos e meios.
d) Habilitar os estudantes a gerir conteúdos e discursos de marcas institucionais relacionadas com as ciências, tendo em conta a identificação dos problemas, as necessidades específicas de uma instituição científica ou de uma unidade de investigação e desenvolvimento, e cada público-alvo.
Conteúdos programáticos (sinopse)
Esta Unidade Curricular visa abordar a divulgação da ciência e das suas instituições em contextos diversos e proporcionar o desenvolvimento da capacidade de comunicação dos mestrandos. O seguinte programa aborda tanto os conceitos como os métodos a desenvolver, a par de uma perspetiva crítica e analítica sobre as problemáticas:
A. O Ecossistema da Comunicação da Ciência, entre a produção do conhecimento científico e a sua disseminação.
B. Contextos e Formatos de Divulgação da Ciência.
B.1. Institucional (notícias, repositórios institucionais, websites, exposições, etc.).

B.2. Pessoal/individual (currículos online, estratégias de promoção pessoal).

C. Divulgação Institucional e Mediática.

C.1. Gestão e produção de conteúdos de divulgação.

C.2. Comunicação de eventos de divulgação científica.

C.3. Diferentes ciências, diferentes divulgações.

D. Comunicação de Marcas de Ciência.

D.1. Discursos e narrativas de marcas de instituições científicas.

D.2. Estratégias de comunicação e de conteúdos para marcas de ciência.

D.3. Canais de comunicação institucional: do website ao blog.

D.4. Gestão estratégica de canais de divulgação e de relação com os públicos.

Bibliografia geral (até 20 obras)

Bennett, D. J., & Jennings, R. C. (Eds.). (2011). *Successful Science Communication: Telling It Like It Is*. Cambridge University Press.

Bowater, L., & Yeoman, K. (2012). *Science Communication: A practical guide for scientists*. Wiley.

Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2014). *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology* (2nd ed.). Routledge.

Fenichel, M., & Schweingruber, H. A. (2010). *Surrounded by science: Learning science in informal environments*. The National Academies Press.

Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2009). *Brand Management: Research, theory and practice*. Routledge.

Holt, D., & Cameron, D. (2010). *Cultural Strategy: Using innovative ideologies to build breakthrough brands*. Oxford University Press.

Leßmöllmann, A., Dascal, M., & Gloning, T. (Eds.). (2020). *Science Communication*. De Gruyter.

Rego, A. (2016). *Comunicação pessoal e organizacional: Teoria e prática* (4ª ed.). Edições Sílabo.

Sidibe, M. (2020). *Brands on a Mission: How to Achieve Social Impact and Business Growth Through Purpose*. Routledge.

Métodos de ensino

A metodologia de trabalho assenta em métodos pedagógicos ativos de envolvimento de todos os alunos nas atividades desenvolvidas. Serão discutidas situações concretas de comunicação de ciência, desenvolvidas simulações de estratégias de comunicação em situações diversas (conceção e implementação de planos estratégicos) e gestão de marcas dedicadas à ciência. Serão convidados especialistas para dinamizarem componentes práticas.

Regime Geral de Avaliação (Modalidades, elementos, calendarização, ponderação, etc.)

A avaliação pressupõe a realização de um exercício aplicado individual no formato de estudo de caso institucional (entre 10 a 15 páginas, com a formatação Times New Roman, tamanho de letra 12, espaçamento 1,5), de acordo com parâmetros da comunicação integrada e estratégica (80%) e uma apresentação preliminar do mesmo (20%) antes da entrega da versão final. O trabalho deverá incidir sobre uma entidade no campo da ciência e da sua disseminação.

Regime Alternativo de Avaliação (Modalidades, estudantes abrangidos, elementos, calendarização, ponderação, etc.)

No caso de não ser possível o regime de participação em que o estudante cumpre 2/3 das intervenções pedidas, acompanhando o desenvolvimento da unidade curricular, cada situação é analisada especialmente e um programa de trabalho e de avaliação será definido. Cada aluno nesta situação tem de contactar os docentes no início do ano letivo.

Regras relativas à melhoria de nota

A melhoria de nota faz-se através de uma prova escrita final individual, no ano letivo seguinte.