



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Comunicação de Interesse Público

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Communication in the Public Interest

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

ERPCO

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

108 horas

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

- OT: 2
- T: 15
- TP: 30



ECTS

4

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Mafalda Eiró-Gomes

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Mafalda Eiró-Gomes

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Não se aplica

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

X



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

- (O1): Ser competente na gestão de informação e conseguir discuti-la criticamente.
- (O2): Conhecer e aplicar os processos específicos de desenvolvimento de uma estratégia para a mudança social e comportamental.
- (O3): Demonstrar capacidades de compreensão, interpretação e análise de dados técnicos em Comunicação de Interesse Público.
- (O4): Conseguir transformar informação técnica em informação compreensível para diversos públicos ou para públicos específicos.
- (O5): Dominar técnicas de pensamento crítico e de comunicação argumentativa.
- (O6): Conseguir redigir e apresentar textos de cariz argumentativo.
- (O7): Ser capaz de desenvolver uma campanha de comunicação simultaneamente a um nível interpessoal, de pequeno grupo, de grande grupo e de massa, usando diferentes media.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- (O1): To be competent in information management and be able to discuss it critically.
- (O2): Understand and apply the specific processes of developing a strategy for behavioural and social change.
- (O3): Demonstrate abilities to understand, interpret and analyze technical data in Communication in the Public Interest.
- (O4): Be able to transform technical information into understandable information for various publics and specific audiences.
- (O5): Be competent in critical thinking and argumentation techniques.
- (O6): Be able to write and present argumentative texts.
- (O7): Be able to design a communication campaign at interpersonal, small group and community levels, and at a mass context, across different media.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- As Relações Públicas e a Comunicação de Interesse Público: aspectos em comum e aspectos diferenciadores.
- Comunicação de Interesse Público: pluralidade de conceitos e de abordagens.
- Comunicação Estratégica para a Mudança Social e Comportamental: *Process for Behaviour and Social Change* e *P-Process*.
- Processos de pensamento crítico.
- Teoria da argumentação.
- Discursos argumentativos.



SYLLABUS:

- Public Relations (*strictu sensu*) and Communication in the Public Interest: common features and distinctive aspects.
- Communication in the Public Interest: plurality of concepts and approaches.
- Strategic Communication for Social and Behavioural Change: "Process for Behaviour Change" and "P-Process".
- Critical thinking.
- Argumentation theory.
- Speech writing.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

- (O1) - (CP): As RP em sentido estrito e a CIP aspectos em comum e aspectos diferenciadores.
- (O2) - (CP): Comunicação Estratégica para a Mudança Social: *Process for Behaviour Change* e *P-Process*.
- (O3) - (CP): Pluralidade de conceitos e de abordagens; Processos de pensamento crítico.
- (O4 e O7) - (CP): Comunicação Estratégica para a Mudança Social: *Process for Behaviour Change* e *P-Process*.
- (O5 e O6) - (CP): Pensamento critico; Teoria da argumentação; Discursos argumentativos.

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

- (O1) - SYLLABUS (S): Public Relations (*strictu sensu*) and Communication in the Public Interest: common features and distinctive aspects.
- (O2) - (S): Strategic Communication for Social Change: "Process for Behaviour Change" and "P-Process"
- (O3) - (S): Communication in the Public Interest: Plurality of concepts and approaches.
- (O4 e O7) - (S): Strategic Communication for Social Change: "Process for Behaviour Change" and "P-Process"
- (O5 e O6) - (S): Critical thinking; Argumentation theory; Speech writing.



METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Aval. contínua: apreciação qualitativa e quantitativa ocorre durante o desenrolar do curso e em especial nos momentos letivos e nas aulas com cariz TP. A apreciação é feita com base em tarefas e atividades (trabalhos escritos, testes escritos, apresentações orais são alguns exemplos) ao longo de 12 semanas. **Apreciação formativa :** apreciações obrigatórias sem atribuição de nota quantitativa individualizada que permitem tanto obter retroação sobre o trabalho realizado, como perspectivar o trabalho em curso e o trabalho futuro. Permite a co-construção de conhecimento e o ajuste das práticas de ensino/aprendizagem. **Classificação total individual (10 por cento da nota final).** **Apreciação sumativa :** apreciações quantitativas que fornecem informação sobre o nível de desempenho dos estudantes. **Apreciações distribuídas ao longo do curso (semanas 2 a 13).** **Aval. individual (40% 4(10))** sem aviso prévio. **Trab. grupo agendado com auto e hetero-aval. grupo (2 trabalhos - 25% da nota final cada).**

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Continuous assessment: qualitative and quantitative appraisal occurs during the course and especially in the teaching moments and in classes with a TP nature. The assessment is based on tasks and activities (written assignments, written tests, oral presentations are some examples) over 12 weeks. **Formative appraisal:** mandatory appraisals without the attribution of an individualized quantitative grade that allow both to obtain feedback on the work done, as well as to put into perspective the work in progress and future work. It allows the co-construction of knowledge and the adjustment of teaching/learning practices. **Individual total classification (10% of the final grade).** **Summative appraisal:** quantitative appraisals that provide information on the level of student achievement. **Appraisals distributed throughout the course (weeks 2 to 13).** **Individual (40% 4(10))** without prior notice. **Group work scheduled with auto and hetero-endorsement. (2 works - 25% of the final grade each).**

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

OBJECTIVO: Ser competente na gestão de informação e conseguir discuti-la criticamente.

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Discussão de textos
- Exploração e análise de casos práticos

OBJECTIVO: Conhecer e aplicar os processos específicos de desenvolvimento de uma estratégia para a mudança social.



METODOLOGIA DE ENSINO:

- Discussão de textos
- Apresentação sistematizada dos conteúdos, utilizando apresentações em diferentes formatos
- Exploração e análise de casos práticos
- Trabalho de grupo para a criação de uma campanha de comunicação de interesse público

OBJECTIVO: Demonstrar capacidades de compreensão, interpretação e análise de dados técnicos em Comunicação no Interesse Público.

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Discussão de textos
- Exploração e análise de casos práticos
- Trabalho de grupo para a criação de uma campanha de comunicação de interesse público

OBJECTIVO: Conseguir transformar informação técnica em informação compreensível para diversos públicos ou para públicos específicos.

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Apresentação sistematizada dos conteúdos, utilizando apresentações em diferentes formatos
- Preparação de *speaking points* (em grupo)
- Trabalho de grupo para a criação de uma campanha de comunicação de interesse público.

OBJECTIVO: Dominar técnicas de comunicação argumentativa

OBJECTIVO: Conseguir redigir e apresentar textos de cariz argumentativo

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Preparação de *speaking points* (em grupo)
- Redação de textos argumentativos

OBJECTIVO: Ser capaz de desenvolver uma campanha de comunicação de interesse público

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Trabalho de grupo para a criação de uma campanha de comunicação de interesse público.



NOTA: Todos os métodos de ensino têm um carácter participativo pontuados por exposições teóricas do docente.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

OBJECTIVE: To be competent in information management and be able to discuss it critically.

TEACHING METHODOLOGIES:

- Discussion of texts
- Exploration and analysis of case studies

OBJECTIVE: Understand and apply the specific processes of developing a strategy for social and behaviour change.

TEACHING METHODOLOGIES:

- Discussion of texts
- Systematic presentation of content, using presentations in different types of formats
- Exploration and analysis of case studies
- Group project to develop a communication campaign in the public interest

OBJECTIVE: Demonstrate ability to understand, interpret and analyze technical data in Communication in the Public Interest.

TEACHING METHODOLOGIES:

- Discussion of texts
- Exploration and analysis of case studies
- Group project to develop a communication campaign in the public interest

OBJECTIVE: Be able to transform technical information into understandable information for various publics and specific audiences.

TEACHING METHODOLOGIES:



- Systematic presentation of content, using presentations in different types of formats
- Preparation of *speaking points* (group project)
- Group project to develop a communication campaign in the public interest

OBJECTIVE: Be competent in argumentative techniques.

OBJECTIVE: Be able to write and present argumentative texts

TEACHING METHODOLOGIES:

- Preparation of speaking points
- Writing argumentative texts

OBJECTIVE: Be able to create and develop a communication campaign in the public interest

TEACHING METHODOLOGIES:

- Creation and development of a communication campaign in the public interest

NOTE: All teaching methods are participative methods with a few components of theoretical explanations by the professor.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:

MAIN BIBLIOGRAPHY:

- EIRÓ-GOMES, Mafalda (org.) A comunicação em organizações da sociedade civil conhecimento e reconhecimento. [Lisboa]: Plataforma Portuguesa das ONGD: Escola Superior de Comunicação Social, 2017. ISBN 978-989-95715-9-4.
- Eiró-Gomes, M. & Lourenço, S., (2009). O papel e a responsabilidade das Relações Públicas na sustentabilidade de um mundo global. Conferências Lusófona, 8º LUSOCOM, pp.1488-1499.
- EIRÓ-GOMES, Mafalda; NUNES, Tatiana. 3rd sector PR or when Community is our main stakeholder? in Sinergie: rivista di studi e ricercherivista di studi e ricerche, nº 89, set-dec de 2012, pp. 167-182. ISSN 0393-5108
- Eiró-Gomes, M. et al. (2022). Comunicação nas Organizações da Sociedade Civil: do Empowerment à Advocacy. Active Citizens Fund. Disponível em:
https://fecongond.org/pdf/Manual_ComunicacaoNasOSC_CALL.pdf .
- Eiró-Gomes, M., Nunes, T. (2013). Relações Públicas / Comunicação Institucional / Comunicação Corporativa: três designações para uma mesma realidade? In: CONGRESSO SOPCOM, VIII, Lisboa, 2013 - Comunicação global, cultura e tecnologia: livro de atas. Lisboa: SOPCOM/ESCS, 2013. ISBN 978-989-20-3877-3. pp 1050-1057. Disponível em:
<https://proa.ua.pt/index.php/sopcom/article/view/15692/10931> .
- Health Communication Capacity Collaborative. (2016). The SBCC Capacity Ecosystem™: A Model for Social and Behavior Change Communication Capacity Stengthening. Disponível em:
<https://www.childrenandaids.org/sites/default/files/2020-01/SBCC%20Capacity%20Ecosystem.pdf> .
- Mefalopulos, Paolo (2008) Development Communication Sourcebook - Broadening the Boundaries of Communication; The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank. Washington
- NUNES, Tatiana; EIRÓ-GOMES, Mafalda - Alzheimer's disease health literacy: a challenge for communication professionals? In Ordeix, Enric; Carayol, Valérie; Tench, Ralph - Public relations: values and cultural identity. Peter Lang - International Academic Publishers, 2015.
- Paisley, W. J. (2001). Public Communication Campaigns. In Hornik, Robert C. Public Communication Campaigns. 3ª Edição. Thousand Oaks, California: Sage Publications. pp. 3-21.
- Piotrow, P.T., & Kincaid, D.L. (2001). Strategic Communication for International Health Programs. Capítulo 14. In Rice, Ronald & Atkin Charles. Public Communication Campaigns. 3ª Edição. E. Sage Publications. Pp. 249-266.
- Rice, R. e Atkin, C. (eds.) Public Communication Campaigns. 3ªed. Sage Publications, Inc.London.
- Weston, A. (2023). A arte de argumentar (D., Murcho, Trad.). Gradiva. (Obra original publicada em 2017)



ESCOLA SUPERIOR INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Inválido para efeitos de certificação