

**Eventos Corporate no Ensino Superior**  
**– Valorização de experiências inovadoras na comunidade**  
**académica**

**Maria José Lourenço da Costa**

Peniche, 2023

**Eventos Corporate no Ensino Superior**  
**– Valorização de experiências inovadoras na comunidade**  
**académica**

**Maria José Lourenço da Costa**

Projeto de mestrado apresentado à Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, em cumprimento parcial dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Sustainable Tourism Management.

Projeto de mestrado realizado sob a orientação da Professora Adjunta Convidada Doutora Daniela Amorim e coorientação da Professora Adjunta Convidada Doutora Tânia Guerra, docentes na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria.

Peniche, 2023

*“O que faz andar a estrada é o sonho”*

*Mia Couto*

# Agradecimentos

À minha orientadora de tese, Professora Adjunta Convidada Doutora Daniela Amorim, e à minha coorientadora, Professora Adjunta Convidada Doutora Tânia Guerra, pela manifestação de incondicional apoio e disponibilidade, pela compreensão por algumas dilações, pelo aconselhamento assertivo e pelo estímulo permanente, que muito contribuíram para aumentar o desafio e melhorar a profundidade e a clareza deste trabalho.

Aos docentes da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, nomeadamente do Mestrado de Sustainable Tourism Management, que me acompanham desde 2021 neste meu percurso académico e que contribuíram para me tornar numa pessoa mais informada e preparada.

Aos meus colegas de mestrado, pelo apoio incondicional e incentivo permanente neste meu percurso académico, e pelas amizades aqui criadas. Foram sem dúvida momentos “online” inesquecíveis.

Aos meus filhos, Joana e Ricardo, pela força, ânimo, apoio e carinho nestes 2 anos de trabalho intenso. Foram a minha força nos momentos de maiores dificuldades, fazendo-me sempre acreditar que posso mais do que imagino.

# Resumo

Este projeto foi desenvolvido no âmbito do Curso de Mestrado em Sustainable Tourism Management da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar - Politécnico de Leiria.

Os temas principais que se destacam no presente trabalho são os eventos, os eventos académicos, a sustentabilidade em eventos, o ensino superior em Portugal, a inovação pedagógica e as metodologias de ensino. Também destacamos os eventos académicos como motivadores nos processos de ensino de aprendizagem, como agentes de coesão e integração académica e como promotores de prestígio para as próprias instituições de ensino superior.

A revisão de literatura sustenta que os eventos académicos são veículos de inspiração e conhecimento para as comunidades académicas e científicas, e que as universidades têm um papel preponderante na organização desses eventos, pois eles são agentes de inovação no processo educativo.

Neste contexto, este projeto tem como objetivo o desenvolvimento de um evento académico à ajustado à realidade da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, que agregue num evento único as duas áreas técnicas, pedagógicas e científicas que abraçam o Turismo e as Tecnologias da ESTM. Pretende-se desenvolver um evento alinhado com as novas metodologias de ensino, que melhor responda às necessidades, tanto de alunos, como de docentes, assim como, ao mercado de trabalho. Um evento inspirador que aporte valor a Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar.

**Palavras-chave:** eventos; eventos académicos; sustentabilidade em eventos; ensino superior; inovação pedagógica; metodologias de ensino.

# Abstract

Project developed within the scope of the Master's Course in Sustainable Tourism Management at the Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar - Politécnico de Leiria. The main themes enhanced in this work are events, academic events, sustainability in events, higher education in Portugal, pedagogical innovation and teaching methodologies. We also highlight events as motivators in the teaching-learning processes, as agents of academic cohesion and integration and as promoters of prestige for higher education institutions.

The literature review argues that academic events are vehicles of inspiration and knowledge for academic and scientific communities and that universities have a leading role in organizing these events, as they are agents of innovation in the educational process.

In this context, this project aims to develop an academic event adjusted to the reality of the Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, by bringing together the two technical, pedagogical and scientific areas that embrace Tourism and Technologies at ESTM. The aim is to develop an event aligned with new teaching methodologies, which better respond to the needs of students and professors, and the job market. An inspiring event that brings value to the Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar.

**Keywords:** events; academic events; sustainability in events; University education; pedagogical innovation; teaching methodologies.

# Índice Geral

Agradecimentos .....	iv
Resumo.....	v
Abstract .....	vi
Índice Geral .....	7
Índice de Figuras.....	9
INTRODUÇÃO .....	10
I. Enquadramento do tema .....	10
II. Objetivos do trabalho.....	11
III. Estrutura do trabalho .....	12
CAPÍTULO I.....	14
OS EVENTOS .....	14
1.1. Os eventos e sua conceptualização.....	15
1.2. Os eventos e sua evolução .....	17
1.3. Os eventos e sua tipologia.....	19
1.3.1. Os eventos corporativos na perspetiva académica.....	26
1.4. A organização de eventos .....	31
1.4.1.1. Os organizadores de eventos - os profissionais .....	31
1.4.1.2. Pré-evento – o planeamento.....	32
1.4.1.3. Durante o evento – a implementação.....	34
1.4.1.4. Pós-evento - a avaliação.....	35
1.5. A divulgação dos eventos – importância e canais.....	36
1.6. A importância dos parceiros na organização de eventos.....	39
1.7. A sustentabilidade em eventos .....	41
CAPÍTULO II.....	46
ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL.....	46
2.1. Caracterização do sistema educativo português no âmbito do ensino superior.....	47
2.2. Evolução recente do ensino superior.....	49
2.3. Desafios atuais do ensino superior .....	50
2.4. Inovação pedagógica no ensino superior.....	51
2.5. Metodologias de ensino .....	54

2.6. Os eventos académicos nas aprendizagens no ensino superior .....	56
CAPÍTULO III.....	58
CARACTERIZAÇÃO DA ENTIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO .....	58
3.1. O Politécnico de Leiria.....	59
3.1.1. A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM) .....	61
3.1.1.1. Oferta formativa.....	64
3.1.1.2. Eventos académicos realizados pela ESTM .....	65
CAPÍTULO IV .....	67
PROJETO DE EVENTO ESTM4ALL.....	67
4.1. Propósito .....	68
4.2. Objetivos .....	70
4.3. Metodologia do projeto .....	71
4.4. Público-alvo .....	72
4.5. Marca.....	74
4.5.1. Logótipo.....	75
4.6. Local.....	77
4.7. Recursos .....	78
4.7.1. Recursos humanos .....	78
4.7.2. Equipamento e tecnologia .....	79
4.7.3. Orçamento e Financiamento.....	79
4.8. Divulgação .....	81
4.9. Cronograma do projeto.....	82
4.10. Programa do evento.....	84
4.11. Avaliação e medição do impacto.....	86
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	90
APÊNDICES.....	95
Apêndice 1.1. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Alunos .....	95
Apêndice 1.2. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Docentes.....	99
Apêndice 1.3. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Sponsors/Parceiros.....	104
Apêndice 1.4. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Organizadores.....	110
Apêndice 1.5. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Palestrantes.....	117



# Índice de Figuras

Figura 1 – Diagrama do Conceito de Sustentabilidade.....	42
Figura 2 – Campi do Politécnico de Leiria.....	59
Figura 3 – População do Politécnico de Leiria.....	60
Figura 4 – Oferta Formativa do Politécnico de Leiria.....	60
Figura 5 – Oferta Formativa da ESTM.....	64
Figura 6 – Certificado do evento.....	74
Figura 7 – Logótipo do evento.....	75
Figura 8 – Logótipo do evento – versão alternativa.....	76
Figura 9 – Esquematização de Orçamento do ESTM4all.....	80
Figura 10 – Pacotes de patrocínio.....	81
Figura 11 – Cronograma do ESTM4all.....	83
Figura 12 – Programa do evento.....	85

# INTRODUÇÃO

Este projeto de investigação, com o título “Eventos Corporate no Ensino Superior - Valorização de experiências inovadoras na comunidade académica”, foi desenvolvido no âmbito do Curso de Mestrado de Sustainable Tourism Management da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, do Politécnico de Leiria.

Neste projeto pretendeu-se desenvolver um tema que aliasse os conceitos desenvolvidos no Mestrado de Sustainable Tourism Management e o segmento de eventos corporativos, onde a responsável pelo trabalho desenvolve a sua atividade profissional, e por isso, ser desafiada pelas orientadoras a realizar a proposta de um evento nessa vertente que potenciase um ensino colaborativo, inovador e atrativo.

É neste enquadramento que nasce a ideia de criar o “ESTM4ALL” - um evento académico adequado da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar. O projeto teve como ponto de partida agregar toda a comunidade académica ESTM, reunindo num evento único as duas áreas técnicas, pedagógicas e científicas que abraçam o Turismo e as Tecnologias do Mar.

O “ESTM4ALL” realizar-se-á nas instalações da ESTM, será de acesso gratuito para a comunidade ESTM, em formato apenas físico, com a duração de 3 dias, cujas temáticas pretendem ir ao encontro dos interesses, tanto de alunos, como dos professores. Apresenta um formato dinâmico e plural, e uma programação inovadora e inspiradora focada nas tendências, em novas abordagens, partilha de conhecimento e *networking*. A data proposta é uma quinta-feira, sexta-feira e sábado do mês de Maio, para que haja tempo para a sua organização no decorrer do ano letivo vigente.

## I. Enquadramento do tema

Embora tenham surgido de forma espontânea, os eventos foram com o tempo, tornando-se mais organizados e planeados pelo coletivo. É ainda na civilização antiga que encontramos os primeiros registos de deslocações de pessoas de uma localidade para outra, em que se reuniam para tratar de assuntos do interesse de todos (Matias, 2013). Apesar das

necessidades sociais continuarem as mesmas, muita coisa mudou nos últimos 2.500 anos. Os eventos evoluíram junto com a sociedade. Tomaram novas formas e significados, estruturaram-se e profissionalizaram-se, e evoluíram quer tecnologicamente quer ao nível das experiências e das emoções – podemos dizer que se “humanizaram” (Matias, 2013).

Os eventos são desde sempre organizados com um propósito específico, que podem variar amplamente em tamanho, formato e finalidade. Eles podem ser sociais, educativos, culturais, profissionais ou recreativos, e desempenham um papel importante em diversas áreas da sociedade (Getz, 2005).

Os eventos académicos, por sua vez, desempenham um papel crucial na disseminação do conhecimento, na promoção do debate intelectual e no avanço das pesquisas. Eles são vitais para o desenvolvimento pessoal da comunidade académica onde se pode partilhar ideias e perspetivas. Os eventos académicos podem ser verdadeiramente inspiradores, proporcionando um ambiente onde a aprendizagem, a descoberta e a interação podem levar a novas oportunidades. Eles estimulam a mente e podem alimentar a paixão pelo conhecimento (Matias, 2013).

A proposta do projeto de tese de mestrado “ESTM4ALL” é ser um veículo de difusão de conhecimento, promover o sentimento de pertença à Escola e à sua comunidade, contribuir para uma Escola mais inovadora e inspiradora, e em última instância, aportar valor nacional e internacional à Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar e ao Politécnico de Leiria, e promover um evento sustentável e que potencie as metodologias de ensino ativo, dinâmico e inovador.

## **II. Objetivos do trabalho**

Para o presente projeto de mestrado definiu-se o seguinte objetivo geral:

- Criar um evento académico para a Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, que agregue toda a comunidade académica ESTM, reunindo num evento único, as duas áreas técnicas, pedagógicas e científicas lecionadas na ESTM, o Turismo e as Tecnologias do Mar.

Relativamente aos objetivos específicos, consideramos os seguintes:

- Completar a oferta da ESTM no âmbito dos eventos académicos.
- Acrescentar valor à oferta da ESTM
- Aumentar sentimento de pertença à escola.
- Melhorar o *networking* entre a comunidade académica da ESTM.
- Dar visibilidade aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU.
- Incorporar medidas que reduzam o impacto ambiental do evento.
- Atingir uma taxa de participação de 70% de professores e alunos no evento, cerca de 1200 participantes de um universo de cerca de 1817 docentes e alunos, de acordo com o relatório de atividades da ESTM de 2021.

### **III. Estrutura do trabalho**

Este trabalho está organizado em quatro capítulos. Os primeiros dois capítulos contemplam a revisão de literatura dos temas em estudo, e os dois últimos serão dedicados ao projeto.

Os capítulos do presente trabalho apresentam a seguinte designação, explicando-se em seguida, de forma sucinta, a finalidade de cada capítulo:

- Capítulo I – Os eventos
- Capítulo II – O Ensino superior em Portugal
- Capítulo III – Caracterização da entidade de implementação do projeto
- Capítulo IV – Projeto ESTM4ALL

O primeiro capítulo apresenta um enquadramento geral dos eventos, conceptualização, evolução e tipologias, destacando-se em seguida os eventos académicos. Far-se-á uma abordagem das etapas da organização de eventos, os seus profissionais, o seu planeamento, implementação e avaliação. Neste capítulo também está em análise os canais de divulgação dos eventos, e o papel dos parceiros na organização de eventos. Este capítulo termina com uma referência à sustentabilidade em eventos.

O segundo capítulo faz uma análise do ensino superior em Portugal, caracterizando a organização do ensino, abordando a sua evolução nos últimos 50 anos, e os desafios que se lhe apresentam. Posteriormente, aborda-se as questões da inovação pedagógica e as

metodologias de aprendizagem necessárias para um ensino superior mais moderno. No final do capítulo faz-se uma análise do contributo dos eventos académicos nas aprendizagens.

O terceiro capítulo faz a caracterização do Politécnico de Leiria, nomeadamente da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, entidade de implementação do projeto. Será feita uma apresentação da sua estrutura física e organizacional, da sua oferta formativa e dos eventos académicos realizados pela escola.

O quarto capítulo apresenta detalhadamente o projeto “ESTM4ALL”, o propósito, os objetivos e metodologia. Referencia-se o público-alvo, a marca e sua representação gráfica, os recursos necessários a implementação do evento, estratégia de comunicação, cronograma e programa do evento, e por fim avaliação e medição de impacto.

Após a apresentação da revisão de literatura, da caracterização da entidade de implementação e da apresentação do projeto “ESTM4ALL”, seguir-se-á as considerações finais, onde se pretende efetuar uma reflexão sobre os objetivos propostos para o estudo e as limitações do mesmo, bem como, as linhas de expansão futuras.

# **CAPÍTULO I**

---

## **OS EVENTOS**

Neste capítulo será apresentado um enquadramento geral dos eventos, a sua conceptualização (1.1.), a sua evolução (1.2.), a sua tipologia (1.3.), e a sua especificação académica (1.4.). Em seguida, aborda-se em concreto a organização de eventos, os seus profissionais, e as suas diferentes fases de concretização (1.5.). Posteriormente, identifica-se a importância e os vários canais de divulgação dos eventos (1.6.), e a relevância do apoio e cooperação de parceiros como veículo do seu sucesso (1.7.). O capítulo será concluído com uma análise do papel da sustentabilidade na organização de eventos (1.8.).

## **1.1. Os eventos e sua conceptualização**

A palavra evento tem sua origem no latim *eventu* que significa acontecimento, fenómeno, ocorrência; Acontecimento social, cultural, artístico; Qualquer fenómeno natural ou social observável cientificamente; Acontecimento ou fenómeno probabilístico; Acontecimento imprevisto; Eventualidade<sup>1</sup>.

Podemos, assim, afirmar que um “evento” é um acontecimento, um acaso, uma eventualidade. No geral, é caracterizado como qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas (Campos, 2000), ou seja, tudo o que acontece, seja o que for, e que envolve pessoas ou o ambiente em que essas pessoas estão inseridas é um “evento”.

No que diz respeito a eventos planeados, estes envolvem uma organização e execução planeada e têm uma duração temporal limitada, embora possam ser de iniciativa única ou periódicos. Mas, a definição de evento está longe de ser fácil e consensual e a academia divide-se na análise das suas várias vertentes.

Para Goldblatt (1997), evento é um momento único no tempo celebrado através de uma cerimónia e ritual com vista a satisfazer necessidades específicas. Por seu lado, Getz et al. (2019), vai um pouco mais longe, afirmando que ocorre fora de um programa normal de atividades de patrocínios, para o cliente ou convidado, sendo uma oportunidade para usufruir de uma experiência de lazer, cultural, social fora do ciclo normal da vida diária.

Por sua vez, Canton (1997) define evento numa perspetiva de marketing, como um conjunto de ações profissionais, tais como: lançamento de produtos, apresentação de

---

<sup>1</sup> As informações sobre “eventu” foram retiradas do sitio: <https://www.infopedia.pt>

peças, empresas ou entidades - desenvolvidas com o objetivo de conquistar ou recuperar um determinado público-alvo.

Podemos, então, afirmar que, os eventos são, sem dúvida, um importante veículo de promoção utilizado por todos os setores económicos, permitindo promover marcas, divulgar e comercializar produtos ou serviços e atingir o tão desejado público-alvo. Ou seja, a realização de eventos é uma parte fundamental para o êxito do planejamento estratégico das empresas e instituições de qualquer setor de atividade, e é, hoje em dia, um instrumento indispensável para a divulgação e promoção de produtos e serviços, fazendo parte de qualquer estratégia de marketing empresarial ou institucional.

Melo (2000) afirma que o evento tem características de um produto - deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional, tornando-se assim no instrumento que melhor alavanca o retorno económico e social sobre o investimento.

Melo (2000) refere também que, o bom evento é algo inusitado, inovador e desafiante, é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivências emotivas. O público, ao participar num evento, procura distração, sucesso, emoção, beleza e novidade, e também, sentimento de pertença. É um facto que esta característica intangível do evento, que faz com que não o possamos agarrar, mas apenas sentir os seus efeitos, é a razão pela qual um evento pode trazer boas e más sensações e/ou recordações. Tudo depende de como o evento foi organizado, apresentado e experienciado. Por isso, a hospitalidade, a qualidade dos conteúdos, a eficiência da logística, a funcionalidade das instalações, a criatividade nas atividades, a performance da tecnologia utilizada, tudo nos remete ao intangível. É esse sentimento que vai determinar o sucesso ou insucesso de um evento (Melo, 2000).

Para Zanella (2012, p. 1), o evento “é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, desportivos, sociais, familiares, religiosos e científicos”. Pode, então afirmar-se, que no seu sentido mais amplo, a palavra evento envolve pessoas, e é uma forma efetiva de integração de ideias, conceitos, conhecimentos e também de promover produtos e serviços das organizações, proporcionando experiências memoráveis e transformadoras. Para além de



juntarem pessoas com interesses comuns, os eventos podem educar, inspirar, entreter e estimular os negócios.

Para que um evento tenha sucesso e os objetivos propostos sejam alcançados, são necessárias uma cuidada organização, um detalhado planeamento e uma rigorosa execução. Nesse sentido, Getz (2005) defende a existência de um princípio comum a todos os eventos, tendo em conta que todos são decorrentes da mistura entre a gestão, o programa, a configuração e as pessoas. Por sua vez, esta combinação pode ter numerosas variáveis e é isso que faz com que cada evento seja único.

## **1.2. Os eventos e sua evolução**

De acordo com Matias (2013), é ainda na civilização antiga que encontramos os primeiros registos de deslocações de pessoas de uma localidade para outra, em que se reuniam para tratar de assuntos do interesse de todos. Matias (2013) adianta ainda que embora tenham surgido de forma espontânea, os eventos foram com o tempo, tornando-se mais organizados e planeados pelo coletivo. E apesar das necessidades sociais continuarem as mesmas, muita coisa mudou nos últimos 2.500 anos. Os eventos evoluíram junto com a sociedade. Tomaram novas formas e significados, estruturaram-se e profissionalizaram-se, e evoluíram quer tecnologicamente quer ao nível das experiências e das emoções – podemos dizer que se “humanizaram”.

O primeiro evento documentado na história foram os Jogos Olímpicos da Antiguidade, realizados pela primeira vez em 776 A.C., em Olímpia, Grécia. Devido ao sucesso, o evento passou a ser realizado de quatro em quatro anos, durante mil anos, expandindo-se para outras cidades gregas (Matias, 2013).

O Carnaval é outro evento que surgiu na Antiguidade, em 500 A.C., com as Festas Saturnálias dedicadas ao Deus Saturno. Além de lazer, permitiam representações de desejos, esperanças e folclore das cidades greco-romanas.

O primeiro evento com carácter informativo aconteceu em 377 A.C., em Corinto, Grécia, e foi denominado “Congresso”. Tratava-se de uma reunião de todos os delegados das cidades gregas para discutir questões de interesse público, a Era Antiga contribuiu para o embrião dos eventos tal como os conhecemos hoje, com a difusão do espírito de

hospitalidade, de organização, da necessidade da infraestrutura logística e segurança nas estradas (Matias, 2013).

Na Idade Média, encontram-se registos do desenvolvimento de três tipos de eventos - os de carácter religiosos, os teatrais e os de carácter comercial (feiras):

- O concílio – nome que se dá até hoje à reunião eclesiástica – era a reunião de membros do clero com o objetivo de estudar, debater e discutir temas relacionados à doutrina e aos dogmas da Igreja Católica.
- As representações teatrais – que deram origem ao teatro atual, foram produzidas visando quebrar a monotonia dos rituais da missa. A encenação de uma passagem bíblica facilitava a compreensão do público. Com o passar do tempo, o teatro religioso foi ganhando fama e atraindo pessoas. As Igrejas tornaram-se pequenas para sua apresentação. Daí, a encenação em ruas, praças públicas e anfiteatros.
- As feiras foram os eventos mais importantes da Idade Média e tinham o mesmo conceito das atuais – a exposição de produtos cultivados ou manufaturados pelos expositores, visando a conquista de clientes.

A Revolução Industrial alterou completamente o formato dos eventos. A economia manual foi substituída pela mecanizada, o vapor e outras fontes de energia substituíram o trabalho humano e animal, desenvolveram-se os meios de transportes e de comunicação. Toda essa evolução abria caminho a novos estudos e pesquisas, levando ao aparecimento dos eventos técnicos ligados às ciências exatas e sociais, e científicos, ligados à área da saúde e da natureza (Matias, 2013).

Matias (2013) refere que os avanços do século XX, na área dos meios de transporte e da comunicação, foram a força impulsionadora do desenvolvimento dos eventos, transformando-os em uma fonte económica e social capaz de gerar empregos e movimentar a economia.

O mundo dos negócios rapidamente descobriu o Marketing e o poder dos eventos na construção da imagem e os eventos estabeleceram-se através da década de 1990 e no início da década de 2000 como um importante elemento do Marketing mix corporativo (Bowdin et al., 2012).

Em 2020 a pandemia trouxe a necessidade de mais uma adaptação da área dos eventos, e surgiram os eventos online como forma de encurtar distâncias e dar continuidade a comunicação de ideias e conhecimento. Numa altura em que as pessoas viviam confinadas

às suas casas, apenas a tecnologia permitia assegurar a união das pessoas e que o mundo das ideias continuasse a florescer. Essa foi a forma encontrada de assegurar que os eventos continuassem a existir.

Com o atenuar das medidas de confinamento da COVID19, os eventos regressaram ao formato presencial, que é a sua génese, sem deixarem, porém, a componente digital para os que por motivos de saúde, de falta de tempo, de vocações ambientais, ou até mesmo por vontade própria, possam participar e fazer parte.

Embora não sejam uma novidade da pandemia, os eventos híbridos evoluíram tecnologicamente e são atualmente parte integrante de qualquer evento, seja em modo “live” em que uma transmissão ao vivo pode ser vista por milhares de pessoas simultaneamente em tempo real, podendo até possibilitar a interação de quem está a assistir, ou em “streaming” em que o conteúdo é gravado e transmitido em formato digital para consumo em qualquer dia ou hora.

Os eventos organizados são hoje um instrumento imprescindível do marketing estratégico de qualquer organização pública ou privada, no sentido em que são agregadores e promotores de valores, de ideias, de união, de identidade e de conhecimento. Os eventos, quando bem organizados, são um eficaz veículo de comunicação.

### **1.3. Os eventos e sua tipologia**

O sector dos eventos é muito vasto e diversificado, levando à criação de diferentes tipos como forma de classificá-los com base no seu propósito, formato ou público-alvo. Estas tipologias facilitam a estrutura dos eventos, a sua compreensão e a sua clareza e auxiliam os organizadores de eventos no planeamento, organização e marketing de forma mais eficaz.

Embora a classificação de eventos seja benéfica, é importante observar que alguns eventos podem sobrepor-se ou apresentarem características de várias categorias.

Oliveira (2011) classifica os eventos de acordo com os seguintes critérios:

- Pela categoria ou finalidade do evento:
  - Eventos Institucionais: promovidos por entidades de classe, entidades sem fins lucrativos, órgãos públicos e instituições de representatividade social com o objetivo de promover a instituição, divulgando nome, a marca ou o logotipo, cedidos sem custo, na forma de apoio institucional. Desta forma,

a instituição poderá participar de diversos eventos que tenha interesse sem ter o custo da cota de um patrocínio. Geralmente são instituições de credibilidade que pelo fato de só cederem o nome ou o logotipo, já contribuem para o sucesso do evento que está sendo apoiado.

- Eventos Promocionais: que dão publicidade a um produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao marketing. São eventos utilizados por empresas ou instituições que desejam promover um produto ou serviço. Esses eventos podem ser palestras, shows, eventos culturais, de moda, dirigidos a profissionais liberais ou entidades de classes, onde o produto e/ou serviço é demonstrado e divulgado para o público que se deseja atingir, podendo ocorrer patrocínio da empresa promotora com produtos e serviços.
- Pelo público a que se destina:
  - Abertos: São aqueles em que o público pode participar. Alguns são gratuitos e outros necessitam da compra de um ingresso. Podem vender produtos ou serviços, e promover ou lançar novos produtos. São eventos como: feiras, mostras, seminários e palestras educativas, de responsabilidade social e ambiental, de combates a epidemias ou drogas, espetáculos culturais.
  - Fechados: São destinados a um público-alvo específico, onde os convites são distribuídos ou vendidos, mas somente podem adquirir ou receberem o convite, quem faz parte do público predeterminado, ou seja, não é permitida a entrada do público em geral. São alguns exemplos: feiras setoriais, eventos de moda e estética, eventos na área da saúde, jurídica, podendo ser shows, congressos, seminários. No caso deste tipo de evento, a confirmação de presença antecipada é obrigatória.

Tanto nos eventos fechados quanto nos abertos, os convites ou as inscrições representam uma forma efetiva para a organização do evento prever o número de participantes, e estabelecer possíveis ajustes quanto à recepção do público-alvo (Oliveira, 2011).
- Pela sua área de abrangência:

Os eventos podem ser de caráter local, municipal, regional, nacional, internacional e até mesmo entre países, denominados pan-

européu/africano/americano, etc. A sua dimensão está assim circunscrita aos representantes que participam no evento (Oliveira, 2011).

- Internacional: Para que um congresso, feira, seminário ou conferência sejam considerados de dimensão internacional é necessário que tenha representantes de dois ou mais países, excluindo o país anfitrião.
- Pan-europeu: Quanto tiver representantes de dois ou mais países da Europa para além do país organizador.
- Nacional: Quando tiver representantes de diversas regiões do país.
- Regional: Quando tiver representantes de dois ou mais municípios de uma mesma região.
- Municipal: Quando for realizado na sede do município.
- Local: quando organizado por uma junta de freguesia destinado a servir apenas a comunidade local.

- Pela área de interesse:

A área de interesse dos eventos determina qual o público-alvo que o promotor ou o organizador do evento deseja atingir, sendo, no entanto, comum haver eventos que combinam áreas de interesse por forma a tornarem o evento mais atrativo para o seu público. Por exemplo, um congresso científico de medicina pode incluir um evento social ou cultural como atrativo aos participantes. Um evento social pode incluir uma atividade desportiva com o objetivo de descontrair os participantes (Oliveira, 2011).

- Eventos artísticos: referem-se a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras. O lançamento de um livro, um recital de piano, são exemplos desse tipo de evento.
- Eventos científicos: trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, por exemplo, medicina, botânica e outros.
- Eventos cívicos ou públicos: são eventos relacionados a comemorações que dizem respeito à história de um povo, também os organizados por partidos políticos. Exemplos: “Comemorações do 25 de Abril” ou “Festa do Avante”.
- Eventos comerciais ou empresariais: são os organizados pelas empresas com o objetivo de promover o lançamento de um produto, aumentar as vendas, inaugurar um novo local, ou simplesmente chamar atenção do público para os serviços prestados pela empresa.

- Eventos culturais: ressalta os aspetos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional. Por exemplo, a “Festa da Flor” na Ilha da Madeira, ou as “Festas de Lisboa”, ambas organizadas com intuito de manter vivas heranças culturais locais.
  - Eventos desportivos: eventos de carácter desportivos tais como os Jogos Olímpicos, Formula 1, Mundial de Futebol, Maratonas, etc.
  - Eventos educacionais ou académicos: são encontros ligados à educação, tais como: workshops, ciclo de palestras, seminários, congressos, debates, cerimónia de formatura, aula magna.
  - Eventos promocionais: são realizados para promoverem um produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao marketing. Exemplos: lançamento de uma determinada marca distribuindo amostras de produtos em supermercados.
  - Eventos religiosos: são realizados para promoverem valores morais e religiosos, integrar pessoas adeptas dessa religião, atrair novos fiéis, inaugurar um local como igreja, sinagoga, templo etc.
  - Eventos sociais: Os eventos sociais são aqueles que, normalmente, são dedicados a comemorar marcos na vida pessoal dos anfitriões do evento. Tendem a ter como convidados parentes e amigos próximos dos responsáveis pela festa ou pela comemoração e precisam de ter um ar mais intimista, aproximando todos os presentes. São os casamentos, também os funerais e os batizados.
  - Eventos turísticos: são aqueles que exploram os recursos turísticos de uma região ou país. São uma boa ferramenta de comunicação e têm um papel importante nos destinos turísticos enquanto fator de diferenciação, na medida em que os mesmos podem ajudar a atenuar da sazonalidade turística, a promover investimentos oriundos de nível nacional e/ou internacional, geram emprego, promovem os destinos e complementam a oferta turística do território.
- Pelo tipo evento:
    - Governamentais: vistas de estado; tomada de posse; assembleias; assinatura de protocolos de cooperação; inaugurações; audiências.

- Acadêmicos: Aula magna; semana acadêmica; workshops; formatura; palestras.
- Corporativos: congressos; workshops; palestras; colóquios, simpósios; convenções; feiras comerciais; exposições; encontros; debates; fóruns.
- Desportivos: maratonas; regatas; campeonatos de diversas modalidades desportivas; caminhadas; encontros de incentivo à prática desportiva; surf camps.
- Religiosos: peregrinações; concílios; romarias; procissões.
- Culturais: concertos; lançamento de livros; exposições; teatro; opera, cinema; mostras culturais; galerias de arte; museus e monumentos.
- Temáticos: festivais gastronômicos; feiras do livro; festa dos anos 80; feira medieval.
- Sociais: casamentos; funerais; aniversários; formatura; batizados
- Pelo campo de ação:
  - Externo: eventos organizados para um público externo a entidade organizadora. São por norma mais formais, pretendo criar uma imagem institucional, atrair clientes/participantes, posicionar-se no mercado, promover e publicitar uma ideia/marca.
  - Interno: eventos organizados para um público interno. Trata-se de eventos relacionados com a atividade profissional de uma organização, eventos de formação, cursos ou seminários relacionados com o trabalho (novos processos), o setor produtivo (regulamentos ou legislação) ou algum serviço ou produto novo da organização. Em eventos de cultura empresarial, podemos incluir: celebrações, viagens de incentivo, convivência e aspetos relacionados com a formação de equipas. Estes têm como objetivo reforçar os seguintes aspetos: incentivar a integração dos colaboradores; celebração de conquistas, aniversários ou datas especiais; motivar o cumprimento dos objetivos; reforçar laços entre os colaboradores; implementar ações de aprendizagem e formação em novos produtos ou técnicas de trabalho.
- Pela sua periodicidade:
  - Esporádicos: são aqueles realizados sem periodicidade predefinida e fixa.
  - Periódicos: desenvolvido com periodicidade definida e, geralmente, fixa.

- De Oportunidade: apesar de, assim como os esporádicos, também não possuírem periodicidade predeterminada, diferem dos primeiros por serem desenvolvidos de acordo com oportunidades externas de mercado e não surgidos a partir de uma ação interna da empresa. (Giacaglia, 2008).

Por fim, os eventos, pela sua dimensão ou porte, podem tornar-se em “Eventos Especiais”. Getz (2005) define evento especial como um “evento excepcional ou raro que aconteça fora dos programas ou atividades normais do grupo patrocinador ou organizador”. Adianta ainda que para um cliente ou convidado, um evento especial, é uma oportunidade de ter uma experiência fora das suas normais escolhas, ou além das suas experiências diárias.

Os eventos especiais podem ser Megaeventos, Eventos de Marca, Eventos de Grande Porte, Eventos Locais e Comunitários, e ainda Eventos de Responsabilidade Social (Oliveira, 2011).

O conceito de “megaevento” foi discutido por Müller (2015) que identificou quatro métricas principais para definir grande, mega ou giga evento:

- atração de visitantes por ingressos vendidos;
- meios de comunicação por transmissão;
- custos;
- capital investido – para diferenciar o evento entre grande, mega ou giga evento.

Para este autor, megaevento é um evento ocasional com duração fixa que atrai um enorme número de visitantes, tem larga projeção mediática e custos elevados e gera grande impacto sobre o ambiente construído e a população. Assim, para ser considerado um megaevento, é necessário que apresente os seguintes valores em três destas quatro métricas:

- mais de 1 milhão de ingressos vendidos;
- mais de USD 1 bilhão de gastos com transmissão;
- mais de USD 5 bilhões de custos;
- mais de USD 5 bilhões de capital investido.

Caso o evento ultrapasse os valores das quatro características, o evento poderá ser considerado um “giga” evento, como foi o caso dos Jogos Olímpicos de Londres 2012.

Exemplos de megaeventos que temos na atualidade: os Óscares de Hollywood, o Campeonato de Fórmula I, o Mundial de Futebol, a Coroação do Rei Carlos III de Inglaterra.



Por sua vez, “eventos de marca” são eventos que se tornam tão famosos que levam o nome do local, cidade, região ou país, tornando-se sinónimo do nome do local com amplo reconhecimento. O termo evento de ‘marca’ é usado para descrever um evento periódico que possui um significado tal, em termos de tradição, apelo, imagem ou publicidade, que proporciona ao local, à comunidade ou ao destino anfitrião, uma vantagem competitiva. Com o tempo, o evento e o destino tornam-se inseparáveis (Getz, 1991).

Como exemplos de eventos de marca, temos: o Carnaval do Rio de Janeiro (Brasil), Oktoberfest em Munique (Alemanha), Mardi Gras, em Nova Orleans (Estados Unidos). Os eventos que atraem um grande público de visitantes com ampla cobertura dos media e benefícios económicos para a comunidade local e região, contando com uma participação acima dos 500 participantes, são considerados “eventos de grande porte” (Oliveira, 2011).

Relativamente a exemplos de eventos de grande porte, podemos considerar: Salão do Automóvel na Alemanha, Web Summit em Portugal, O Rock in Rio em Portugal, a Maratona de Londres.

No que diz respeito a eventos Locais e Comunitários são eventos voltados para o público local, organizados pelo seu valor social e de entretenimento. Esses eventos produzem benefícios à comunidade uma vez que fortalecem o sentimento de origem, ajudam a expor novas ideias e promovem a tolerância, a inclusão e a diversidade (Oliveira, 2011).

Tendo em conta exemplos de eventos locais e comunitários podemos considerar o Festival ao Largo em Lisboa, Serralves em Festa no Porto, Santos Populares em variadas cidades de Portugal.

Por último, os “eventos de responsabilidade social” são eventos voltados para a comunidade local, podendo ser realizados pela iniciativa privada ou instituições públicas e têm por objetivo realizar atividades relacionadas com o meio ambiente, a sociedade, os animais, os idosos, os jovens e crianças (Oliveira, 2011).

Falar a respeito dos vários tipos de eventos e dos segmentos que os envolvem é um tanto complexo, pois o evento é um acontecimento dinâmico, estando sempre em permanente atualização e transformação, o que leva a crer que ainda irão surgir novos tipos de eventos.

### 1.3.1. Os eventos corporativos na perspetiva académica

Embora servindo propósitos diferentes, os eventos corporativos mesclam-se com os académicos, não só na sua génese organizativa e logística, mas sobretudo como agentes de promoção de *networking* e sentimento de pertença, de impulsionamento de marca, e divulgação de conhecimento (Olayemi, 2023).

De acordo com a Infopedia, a palavra “academia”<sup>2</sup> vem do Grego *akademeia*, cujo significado é “o jardim de *Akademos*”, herói grego cuja lenda diz que o filósofo Platão iniciou a sua escola filosófica neste mesmo jardim. De acordo com a mesma fonte, a palavra “académico” vem do latim *academicus*, que significa “referente à Academia”, sendo para estes conceitos que os eventos académicos nos transportam. São eventos que se referem ao universo intelectual e social dos académicos, docentes e discentes, e cujos interesses pertencem à diversidade do seu “jardim” académico.

Os eventos académicos, independentemente do formato escolhido, presencial ou virtual, apresentam oportunidades valiosas para a comunidade aprender sobre novas pesquisas, novas tendências, conhecer novas pessoas e construir relações profissionais entre os seus pares (Olayemi, 2023).

Por terem como base a mesma natureza académica, os eventos tendem a apresentar características bastantes parecidas. Assim, para organizar um evento que ofereça uma experiência duradoura para todos os participantes, é essencial, antes de tudo, definir claramente o tipo de evento que se pretende organizar.

Olayemi (2023) assinala os seguintes eventos académicos como os mais comuns:

- Congresso
  - O congresso é um dos tipos de eventos mais comuns, tendo como objetivo debater e extrair conclusões acerca de uma temática central. Por norma considera-se um evento formal, com uma periodicidade, e tendo um regulamento próprio.

---

<sup>2</sup> As informações sobre “academia” foram retiradas do sitio: <https://www.infopedia.pt>

- Em geral, um congresso é organizado por associações e conta com a presença de profissionais e especialistas com interesses em comum e que atuam em uma mesma área.
- Os congressos podem ter cariz regional, nacional e internacional. E, dentro de um mesmo congresso, podem haver vários tipos de atividades, tal como: mesas-redondas, conferências, simpósios, palestras, comissões, painéis e/ou cursos.
- Encontro
  - Trata-se de uma reunião de peritos na qual se abordam um tema em particular, debatendo-se o que precisa ser melhorado e apresentando-se soluções.
  - Os temas abordados em um encontro servem para uma mudança de atuação de uma determinada área específica.
- Seminário
  - O seminário é um evento oral de um tema, e que precisa da presença de um orador.
  - Geralmente é dividido em três partes: fase de exposição, fase de discussão, fase de conclusão, funcionando como um debate, em que o objetivo é conhecer todos os aspectos e todas as variáveis de um determinado tópico.
  - O assunto central é debatido por duas ou mais pessoas, não estando centralizado na opinião de uma única pessoa.
  - Difere de um encontro, uma vez que num seminário, debate-se apenas a situação, não se tomando decisões sobre ela.
- Mesa-redonda
  - As mesas-redondas fazem normalmente parte da programação de grandes eventos, como os congressos. Promove-se o debate e questionam-se determinados assuntos. Normalmente, o assunto debatido costuma ser polémico e de interesse público.
  - Nas mesas-redondas, a participação do público é bastante interventiva. A audiência é convidada a apresentarem e defenderem

pontos de vista. Por isso, a presença de um moderador é fundamental para que seja garantida a centralidade no tema.

- Geralmente, as mesas-redondas trazem especialistas sobre o tema em discussão.
- Simpósio
  - Um simpósio reúne investigadores que estudam e debatem um determinado tema a fim de chegar a maiores conclusões sobre ele. Nele, ocorre a partilha de conhecimento e experiências, com o intuito de uma tomada de decisão.
  - Tal como o congresso, os simpósios exigem uma organização complexa, podendo conter várias conferências e contar com diversas exposições paralelas.
- Painel
  - O painel é um tipo de evento que deriva da mesa-redonda, em que peritos de renome debatem o assunto e o público participa apenas como espectador.
- Fórum
  - Nos fóruns, a audiência debate livremente uma determinada ideia. É o evento ideal para quem gosta de falar e ouvir diferentes perspectivas sobre um assunto. É essencial a participação ativa da plateia que, em geral, é sensibilizada e motivada para a discussão.
- Conferência
  - É um evento mais formal, que reúne especialistas para debater um tema específico.
  - A conferência costuma receber um público específico, que demonstra familiaridade com o assunto abordado, sendo comum em congressos onde há conferências de abertura e de encerramento.
- Jornada
  - São encontros de grupos profissionais mais próximos, que discutem, periodicamente, assuntos de interesse do grupo. As jornadas

podem durar vários dias, dependendo da complexidade e do tamanho do evento.

- Cursos
  - Debate-se um determinado assunto ou conjunto de temas com a finalidade de formar os participantes. É composto por apresentações de pessoas com formação acadêmica ou profissional, que procuram passar seu conhecimento aos participantes.
  - O objetivo do evento é mais teórico do que prático, porém não invalida a prática.
- Colóquio
  - O colóquio promove um espaço de conversação entre várias pessoas para se debater um assunto específico, selecionado e delimitado. E, em um colóquio, o tema deve ser bem estruturado pois o seu principal objetivo é a informação ou debate.
- Semana Acadêmica
  - A semana acadêmica tem por objetivo propiciar maior integração entre os participantes com interesses comuns, sendo caracterizada pela oferta de um conjunto amplo de atividades, entre elas: fóruns, painéis, minicursos, e atividades culturais.
- Workshop
  - Um workshop é uma aula que trata de assuntos específicos. Por isso, conta com especialistas para guiar o tema e as atividades. Uma característica fundamental do workshop é que, nele, os assuntos são abordados de maneira bem mais prática do que teórica, fomentando o “saber fazer”.

De acordo com George (2022), os maiores benefícios em fazer parte destes eventos são:

- a) Compartilhar novas investigações com os pares: participar em conferências acadêmicas pode ser uma oportunidade não apenas para mostrar a própria investigação a colegas, como também solicitar opiniões e críticas que, em última análise, ajudarão a fortalecer a própria investigação.

- b) Fortalecer as capacidades de apresentação: apresentar as suas descobertas em diferentes eventos académicos ajuda a desenvolver e aprimorar as capacidades de comunicação, o que também aumenta a autoconfiança como investigador.
- c) Debater ideias com colegas: os eventos académicos são uma ótima plataforma para uma troca produtiva de ideias. Compartilhar pesquisas e ideias amplia horizontes e traz mais conhecimento.
- d) Inspirar-se em novas ideias: a diversidade de conteúdo e a combinação de diversas atividades num mesmo evento, tais como sessões de painel, palestrantes, exposições, workshops e sessões interativas de perguntas/respostas promovem a oportunidade de experimentar e ganhar com uma variedade de tópicos e ideias diferentes.
- e) Publicar as pesquisas: participar em eventos académicos também oferece aos investigadores a oportunidade de publicar quaisquer descobertas que apresentem no evento como parte dos anais da conferência.
- f) Identificar especialistas para pesquisa colaborativa: os eventos académicos aproximam especialistas e investigadores com aspirações semelhantes. Esta é uma plataforma ideal para discutir ideias ou identificar projetos de investigação nos quais pode colaborar para criar algo maior e melhor com um impacto futuro relevante.
- g) Expandir horizontes e capacidades de socialização: eventos académicos atraem pessoas de todo o mundo. Participar nestes eventos, não só sensibiliza para aceitar e entender as diferenças nos hábitos culturais e processos de pensamento, como também permite que se alargue horizontes com uma compreensão mais profunda das possíveis lacunas e desafios aplicados aos próprios processos de investigação.
- h) Estar com os seus – o encontro com pessoas com os mesmos interesses, mentalidade e objetivos, é um fator motivacional por si só, ajudando a superar medos e inseguranças e a alcançar sonhos.

Em resumo, seja qual for a forma ou a periodicidade que tenham, ou destinem-se a investigadores, docentes, discentes ou empresários, os eventos académicos garantem um entendimento maior do que será a vida profissional a nível futuro. Todos os participantes experienciarão novas oportunidades que não estavam ao seu alcance.

Os eventos académicos são enriquecedores a nível pessoal para quem neles participa, e prestigiam as organizações que os promovem passando uma imagem de modernidade, inovação, “mente aberta” (George, 2022).

#### **1.4. A organização de eventos**

A organização de eventos é um processo abrangente que envolve planear, coordenar e executar todas as atividades necessárias para realizar um evento bem-sucedido. Desde eventos pequenos, como reuniões e workshops, até grandes conferências e festivais, a organização de eventos requer uma abordagem sistemática e uma série de etapas interligadas. Todo este processo é assegurado por profissionais que são o que garante que todos os detalhes do evento são geridos de forma eficaz e que o evento decorre sem problemas (Getz,2005).

##### **1.4.1.1. Os organizadores de eventos - os profissionais**

Para Getz (2005), a profissão de organizador de eventos é estimulante, em rápido crescimento e global. Ela apresenta um leque vasto de oportunidades para carreiras, quer em organizações públicas, como privadas, e também, para as que não têm fins lucrativos. É também uma profissão de desafios pessoais constantes e de grande criatividade artística. O organizador de eventos pode aplicar as suas capacidades e habilitações a todo o tipo de eventos, ou concentrar-se em eventos desportivos, festivais, reuniões, exposições entre outros. As possibilidades para criar e inovar assim como de nos movermos são quase ilimitadas (Getz, 2005).

Para Getz (2005), a gestão de eventos envolve o planeamento e a produção de qualquer tipo de evento. No passado, costumava ser uma atividade secundária em relação a outras ocupações; algo que alguém fazia com complemento de uma outra atividade. Nos dias de hoje, a gestão de eventos tem cariz académico, e o organizador de eventos apresenta uma melhor formação nas suas habilitações e desenvolvimento das suas capacidades.

Getz (2005) adianta ainda que a própria “indústria” de eventos adquiriu a um lugar de relevo tanto no contexto social, como económico, não deixando espaço para desempenhos amadores, alavancado as exigências de uma cada vez maior responsabilidade profissional.

Os eventos ocorrem em diversos ambientes havendo uma interdependência crescente entre os tipos de eventos, obrigando a uma elevada adaptabilidade aos organizadores de eventos.

Bryant e Gaiko (Bryant & Gaiko, 1998) apresentam a “negociação” como a primeira *skill* necessária a um gestor de eventos. Seguem-se depois outras igualmente importantes tal como o ouvir; a gestão de tempo, e ainda a gestão de crises. Getz acrescenta uma outra *skill* mais atual e relevante na era tecnológica em que vivemos e que impacta igualmente os eventos - o domínio das tecnologias.

As principais tarefas de um organizador de eventos são: seleção de um local para o evento, desenhar programa, planear o evento, construir equipa, elaborar o orçamento e controlo de custos, contratar fornecedores, angariar parceiros, divulgar o evento, supervisionar o evento e, por fim, fazer a sua avaliação (Getz, 2005).

#### **1.4.1.2. Pré-evento – o planeamento**

A fase de planeamento de um evento é a parte mais morosa e trabalhosa, pois é aquela que permite ao organizador de eventos estar pronto para o futuro através da antecipação, planificando tudo o que possa ser antecipado (Yeoman, 2011).

De acordo com Yeoman (2011), o planeamento de um evento obedece aos seguintes passos:

- Definição do evento – design do evento
  - O seu propósito. Kotler (2000), afirma que os eventos servem sobretudo para a transmissão das mensagens aos seus públicos-alvo, devendo ser planeados e projetados com esse fim.
  - Os seus objetivos gerais e específicos
  - Os seus pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças
  - A sua envolvente política, económica, social, tecnológica



- Cronograma do evento
- Tema – “Umbrella” da imagem do evento
- Público-alvo
  - Definir a audiência: criação da/das “persona”
- Calendarização
  - Data
  - Horário
  - Programa
- Local
  - Capacidade
  - Instalações
  - Visibilidade, centralidade e *clustering* (agregação)
  - Custo
  - História
  - Outras considerações
  - Preferências pessoais
- Orçamento
  - Em relação ao investimento: análise de custos (fixos e variáveis), previsão de despesas, tesouraria
  - Em relação ao preço: definição de preço de ingresso de acordo com os objetivos de evento, do público-alvo e da concorrência
  - Em relação ao financiamento: angariar rendimentos, parcerias e patrocinadores. Giacaglia (2008), afirma que o crescimento na área dos eventos se deve sobretudo aos benefícios que conseguem gerar tanto para as empresas como para os consumidores uma vez que permitem um maior estreitamento da relação entre os dois, aumentando a visibilidade de evento, o acesso e o experimentar de emoções.
- Marketing – estratégia de comunicação e divulgação
  - Conhecer as necessidades do público e suas motivações;
  - Desenvolver um programa que vá ao encontro das suas características;
  - Construir uma comunicação que expresse os objetivos e propósitos do evento: objetivos de comunicação / alvos de comunicação / ações de

comunicação e promoção do evento. Schmitt (Schmitt, 1999) afirma que comunicar através de “*event marketing*”, é envolver o público em experiências que demonstrem os valores e crenças das marcas, empresas e a sua comunidade.

- Gestão de Recursos Humanos
  - Equipa organizadora
  - Colaboradores contratados
  - Colaboradores voluntários
  - Parceiros e empresas associadas
- Gestão do espaço e de operações
  - Entradas/saídas do local
  - Estacionamento disponível
  - Plano de segurança e de emergência
  - Acessos de serviços de abastecimento
  - Gestão de público

#### **1.4.1.3. Durante o evento – a implementação**

Quando se trata da implementação propriamente dita do evento estamos na fase de “operação e logística”. O planeamento de operações consiste em três áreas, em que cada uma das quais envolve a logística de movimentar pessoas, equipamentos e materiais para o lugar certo na hora certa (Getz, 2005).

A fase de realização do evento envolve a implementação prática e execução de todo o planeamento e preparação que foi feito na fase pré-evento. Esta é a fase onde todos os aspetos logísticos, técnicos e operacionais se unem para criar a verdadeira experiência do evento. Yeoman (2011) refere as seguintes principais etapas envolvidas nesta fase de implementação de um evento:

- Monitorizar o progresso do evento seguindo e assegurando o planeamento previamente elaborado.
- Lidar com contingências criando de forma rápida soluções alternativas sempre com uma preocupação máxima com os participantes.

#### **1.4.1.4. Pós-evento - a avaliação**

“Avaliação” significa a determinação subjetiva de valor – atribuir um valor a algo (Getz, 2005).

Sem avaliação não sabemos se as nossas ações alcançam os resultados desejados, deixando-nos sem saber que ações causam quais efeitos. Para crescer e alcançar a sustentabilidade, ou adaptarem-se á mudança, as organizações devem institucionalizar o processo de aprendizagem (Getz, 2005).

A avaliação orienta todo o processo de planeamento e marketing. É a maneira de aprender constantemente mais sobre a própria organização do evento, os resultados pretendidos e também os não pretendidos, e formas de melhorar a gestão do evento (Getz, 2005).

Getz (2005) destaca as seguintes razões como as mais válidas para a realização de uma avaliação dos eventos:

- Identificar e resolver problemas
- Encontrar maneiras de melhorar a gestão do evento
- Determinar o valor do evento ou do seu programa
- Medir o sucesso ou o fracasso
- Identificar e medir os impactos (custos e benefícios) do evento
- Satisfazer patrocinadores e outras partes interessadas (responsabilidade)
- Obter aceitação/credibilidade/apoio

As avaliações podem ser formativas, processuais e sumativas (Getz, 2005). As formativas decorrem quando da preparação do evento e baseiam-se em estudos de perfil do consumidor, as processuais são implementadas no decorrer do evento e focam-se no controlo de qualidade dos processos de organização do evento, e as sumativas são feitas após o evento para medir o impacto e o valor global do evento (feedback informal, questionários, entrevistas, análise financeira).

Para maximizar a eficácia de todas as avaliações, todo o processo deve ser firmemente institucionalizado. Isto é, a avaliação não deve ser vista como um trabalho ocasional para resolver problemas ou gerar novas ideias, mas sim,

uma responsabilidade permanente e importante do gestor de eventos (Getz, 2005).

### **1.5. A divulgação dos eventos – importância e canais**

Os eventos precisam de ser promovidos por forma a maximizarem o seu potencial, pois muito raramente eles se vendem por si próprios (Rudi, 2023). É assim crucial que o planeamento do evento inclua os vários canais de distribuição pertinentes ao tipo de evento que se está a criar.

De acordo com Rudi (2023), ao promover o evento por meio de vários canais, atinge-se um público mais amplo e garante-se que as pessoas conheçam o evento, a sua finalidade e o seu valor. Ajuda, também, a atrair participantes ao apresentar a proposta de valor exclusiva do evento, destacando os seus benefícios e suscitando uma sensação de entusiasmo, o que leva ao aumento da probabilidade de atrair um público mais vasto e mais envolvido.

Podemos, assim, afirmar que a promoção de um evento com antecedência cria entusiasmo e gera interesse entre os potenciais participantes, aumentando as probabilidades de eles comparecerem e participarem ativamente do evento.

A promoção eficaz de um evento pode ainda aumentar a credibilidade e a reputação do organizador ou da organização do evento, pois reflete a sua experiência, liderança de pensamento e compromisso em oferecer experiências de valor, construindo assim confiança e credibilidade aos olhos do público-alvo (Rudi, 2023).

Silva (1998) considera que os eventos exigem investimentos significativos em termos de tempo, dinheiro e recursos. Ao promover o evento e atrair um maior número de participantes, maximiza-se o retorno sobre o investimento (ROI), garantindo que o evento atinja os objetivos pretendidos e gere valor para os organizadores, patrocinadores/parceiros e participantes. Defende ainda que, no caso específico dos eventos corporativos, uma boa divulgação dos eventos aumenta as oportunidades de *networking* para os participantes. Ao promover o evento para profissionais relevantes, especialistas do setor e partes interessadas, aumenta as oportunidades de *networking* - conexões, colaborações e compartilhamento de conhecimento.

Rudi (2023) defende ainda que a divulgação de eventos desempenha um papel crucial na atração de patrocinadores e parceiros. Ao partilhar o propósito, o público-alvo e o potencial

de envolvimento do evento, atraindo-se parceiros interessados em atingir esse público específico. Uma boa promoção também ajuda a estabelecer parcerias com outras organizações que podem contribuir com recursos ou experiência para aprimorar o próprio evento.

Por fim, é importante mencionar o impacto a longo prazo do próprio evento. A promoção do evento não se concentra apenas no evento imediato, mas também tem um impacto a longo prazo. Ao promover eventos de forma consistente, cria-se uma comunidade fiel de participantes, fortalece-se a marca e potencializa-se a repetição de participantes em eventos futuros (Rudi, 2023).

Em resumo, uma eficaz promoção pode ser indicativa que o evento alcance todo o seu potencial e agregue valor a todas as partes interessadas envolvidas. São vários os canais de divulgação ao serviço da promoção dos eventos, contudo os mais eficazes dependerão sempre do público-alvo, da natureza do evento e da estratégia adotada. É importante selecionar canais que se alinhem com as preferências e comportamentos do público-alvo do evento (Rudi, 2023).

A promoção de um evento, obriga geralmente a um investimento financeiro que deverá estar contemplado no orçamento do evento, e deverá atender a mensagens específicas e entregues de maneira previsível, muitas vezes de forma repetida pelos canais de divulgação. As mensagens podem ser de teor visual, verbal, escrita ou auditiva, e destinam-se a realizar um ou mais dos seguintes objetivos (Getz, 2005):

- Criar e/ou aumentar a sensibilização do evento
- Criar e/ou promover uma imagem positiva do evento
- Informar (data / local / preço / programa)
- Suscitar entusiasmo no público-alvo
- Converter vendas

Para Getz (2005), os canais mais comuns para a divulgação dos eventos são:

- A imprensa escrita – Divulgar o evento em jornais, revistas; criar e distribuir folhetos, posters e brochuras em locais estratégicos para alavancar o conhecimento do evento; criar o “media kit” com toda a informação do evento a ser entregue a sponsors, parceiros e jornalistas. A imprensa escrita, com a sua abrangência local e regional, permite divulgar o evento de uma forma detalhada, melhor ainda quando se

promove o evento na imprensa especializada que serve sobretudo o público-alvo de um dado evento.

- A televisão e a rádio – A divulgação através da televisão é significativamente mais cara, mas dá maior credibilidade ao evento e impulsiona significativamente o público-alvo. A rádio, por seu lado permite uma melhor aproximação ao público-alvo que interessa ao evento, sobretudo se o evento estiver relacionado com música.
- A internet – Criação de páginas do evento nas plataformas sociais como Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn e YouTube, e a gestão das mesmas com atualizações contínuas de conteúdo escrito e de imagens com informações do evento, lançamento de campanhas de envolvimento e ações de sensibilização; Criação de um website do evento para partilhar com o público-alvo informação detalhada, venda de ingressos, programa, contactos, dar visibilidade a *sponsors*, proporcionar experiências virtuais; Publicidade paga no Google Adds, ou através de *banners* em páginas específicas que ajudam a aumentar o fluxo de audiência.
- O “boca-a-boca” - Participantes, patrocinadores e parceiros são eles próprios um dos mais valiosos veículos de divulgação. As suas recomendações e depoimentos, quando positivos, aportam credibilidade ao evento.

Getz (2005) adianta ainda que, é essencial que a promoção tenha um padrão repetitivo tornando-se mais intensa com a aproximação do evento. Além disso, e de forma a despertar o interesse, numa primeira fase de divulgação, as imagens deverão ser chamativas, e no momento da emissão do bilhete ou da participação efetiva no evento, é exigido que as informações sejam completas e claras.

Promover eventos corporativos, nomeadamente de âmbito académico, em nada difere do que já foi mencionado. Deverão na mesma respeitar e dirigirem-se ao público-alvo que, neste caso, são os discentes, docentes, investigadores e profissionais da área do tema do evento. A divulgação acompanha o que já foi referido, acrescentando-se ainda os portais digitais académicos de networking e das associações relacionadas com o tema do evento.

Poder-se-á ainda potenciar o envolvimento de académicos e investigadores através da submissão de *papers* e a sua participação no evento.

Para Getz (2005), a participação num evento deve ser uma experiência especial na vida de um participante, e deve proporcionar-lhe uma experiência única. É por isso crucial que a organização do evento promova uma ideia gráfica de um evento único, de forma a torná-lo numa atração imperdível, em que a maior das recompensas seja o “estar ali e fazer parte” daquele evento, seja ele de que tipo for.

## **1.6. A importância dos parceiros na organização de eventos**

O patrocínio de eventos é uma prática comum usada para garantir financiamento e recursos para a organização e execução dos eventos (Silva, 1998).

Silva (1998) menciona que patrocinar um evento refere-se a uma parceria mutuamente benéfica entre o organizador de eventos e um parceiro, em que o parceiro fornece suporte financeiro ou algum outro benefício promocional e de marketing associado ao evento. O autor adianta ainda que, os parceiros podem ser empresas, organizações ou indivíduos que tenham interesse no público-alvo, ou que se identifiquem com o tipo de eventos e com o seu âmbito. Oferecem suporte financeiro, produtos, serviços ou outros recursos para ajudar a cobrir os custos do evento ou aprimorar a experiência do evento. Em troca, os patrocinadores recebem exposição, visibilidade da marca e acesso ao público do evento.

Silva (1998) refere que a expressão, patrocínio, é uma das mais correntes na dinâmica da comunicação das empresas com o ambiente exterior, e que “a palavra patrocínio é uma palavra originária do latim, que deriva de “Sponsor/sponsoris” e que tem diversos significados como, por exemplo, fiador, garante, abonador, mas, também, padrinho. Patrocinar significa dispensar patrocínio a, proteger, favorecer, defender, auxiliar, amparar” (Silva, 1998, p.18).

Ao contrário do que se pensa, o patrocínio não é um instrumento de comunicação recente. De uma forma ou de outra, o patrocínio já existe há muitos anos, mas o seu potencial como instrumento de comunicação de marketing tem vindo a ser mais valorizado pelas organizações (Silva, 1998).

O patrocínio é uma técnica de comunicação com grandes raízes na cultura anglo-saxónica, ligado ao termo negócio e baseado no conceito de troca em marketing (Mendes,

1991). O patrocínio é executado de uma forma em que os dois intervenientes (patrocinador e patrocinado) conseguem tirar rendimento imediato (Silva, 1998).

Tendo em conta (Vogel, 2023), trata-se de uma parceria em que tanto a organização do evento como os parceiros que apoiam de alguma forma o evento, ganham satisfação, valor, e uma relação duradoura.

Vogel (2023) defende ainda que, a conquista de um patrocinador é uma das etapas importantes para qualquer tipo de evento. Independentemente de se tratar de um evento maior ou mais pequeno, este precisa de possíveis investidores que possam colaborar seja com dinheiro seja com alguma atividade necessária a realização do evento.

Para Vogel (2023) estes são alguns dos benefícios e oportunidades que os patrocinadores podem obter ao patrocinarem eventos:

- Ativação de marca: os patrocinadores podem aumentar o reconhecimento e a visibilidade da marca exibindo seus logotipos, *banners* ou sinalizações com destaque no local do evento, em materiais promocionais, nas páginas digitais do evento e na cobertura mediática do evento.
- Marketing direcionado: os patrocinadores podem atingir um público-alvo específico, alinhando-se com um evento que atrai pessoas ou profissionais relevantes para seu setor ou mercado, em que eles mesmo são potenciais clientes da marca. Os patrocinadores podem expor ou demonstrar os seus produtos ou serviços durante o evento, permitindo que os participantes experimentem ou conheçam mais sobre o que oferecem. Trata-se de uma oportunidade importante para o patrocinador interagir com os participantes e de estabelecer laços com potenciais clientes, parceiros ou influenciadores do setor.
- Acesso a informação classificada: os patrocinadores podem ter acesso aos dados dos participantes, como informações de contato ou dados demográficos, que podem ser usados para futuras campanhas de marketing ou geração de *leads* (oportunidades de negócio).

Getz (2005) acrescenta que os benefícios específicos e os termos dos acordos de patrocínio podem variar dependendo do evento, dos objetivos do patrocinador e dos termos negociados entre as partes envolvidas. É, contudo, crucial que os organizadores de eventos planeiem cuidadosamente e ofereçam pacotes de patrocínio atraentes que se alinhem às necessidades dos patrocinadores e lhes proporcionem retorno sobre o investimento.



O patrocínio é considerado uma relação de auxílio financeiro entre o patrocinador e o patrocinado. É efetivamente uma relação económica, na qual ambas as partes procuram obter os benefícios acordados (Silva, 1998).

## **1.7. A sustentabilidade em eventos**

O termo 'sustentabilidade' foi criado por biólogos e ecologistas e refere-se a uma metodologia para maximizar a vida dos sistemas sociais e naturais, alcançando assim um equilíbrio ou estabilidade em que o consumo e a renovação dos recursos são equilibrados de forma a que as condições de sobrevivência humana possam ser mantidas indefinidamente (Holmes et al., 2015).

Este termo parece bastante claro, no entanto, a sua dimensão é bastante ampla sendo quase impossível chegar a uma definição universal, dificultando a sua aplicação ao mundo dos negócios. De facto, a prática de atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades, envolve a tomada de decisões por parte das organizações na implementação de ações que levem em conta a interconexão de fatores ambientais, sociais e económicos. Este conceito, já em si complexo, está em constante evolução e mudança de significado devido à sua atual pertinência e popularidade (Bateh et al., 2013).

Sverdrup e Svensson (2002) identificam 3 dimensões distintas de sustentabilidade: a natural, a social e a económica, as quais serão seguidamente explicadas.

A sustentabilidade natural enfatiza o uso responsável e a preservação dos recursos naturais, a redução da poluição e do desperdício e a proteção dos ecossistemas e da biodiversidade. Promove práticas que minimizam os impactos ambientais negativos e promovem a conservação e regeneração.

De uma perspetiva social, a sustentabilidade deverá garantir a estabilidade social, mantendo a integridade individual. Envolve a promoção da equidade, justiça e inclusão. Reconhece a importância de garantir o bem-estar social, os direitos humanos e a diversidade cultural. Implica considerar os impactos sociais das decisões e ações, abordando questões como pobreza, desigualdade, acesso à educação e saúde e envolvimento das comunidades.

Em termos económicos, a sustentabilidade deriva do equilíbrio ótimo entre os recursos e as teorias económicas. Implica promover a prosperidade económica de longo prazo,

considerando os limites e as fronteiras dos recursos naturais e dos ecossistemas. Envolve a incorporação de princípios de eficiência econômica, consumo e produção responsáveis e a integração de considerações de sustentabilidade nas práticas de negócios e na tomada de decisões.

No geral, a sustentabilidade requer uma abordagem holística e integrada que equilibre as dimensões ambiental, social e econômica para garantir o bem-estar a longo prazo das gerações atuais e futuras. Envolve reconhecer as interdependências entre diferentes sistemas e lutar por uma relação harmoniosa e regenerativa entre as atividades humanas e o mundo natural (Sverdrup & Stjernquist, 2002).

Por sua vez, a sustentabilidade quando aplicada a organização de eventos requer uma abordagem abrangente que equilibre as considerações ambientais, sociais e econômicas ao longo do ciclo de vida do evento. Envolve a integração de princípios de sustentabilidade no planejamento, envolvimento das partes interessadas e a procura contínua da melhoria das práticas sustentáveis (Holmes et al., 2015).

Os eventos ocorrem em certas circunstâncias políticas, econômicas, ambientais e sociais (Figura 1), e todas elas têm consequências positivas e negativas (Holmes et al., 2015), sendo possível identificar três grandes áreas de impacto: a social, a ambiental e a econômica. Por sua vez, cada uma destas áreas produz efeitos positivos e negativos, afetando-se mutuamente.

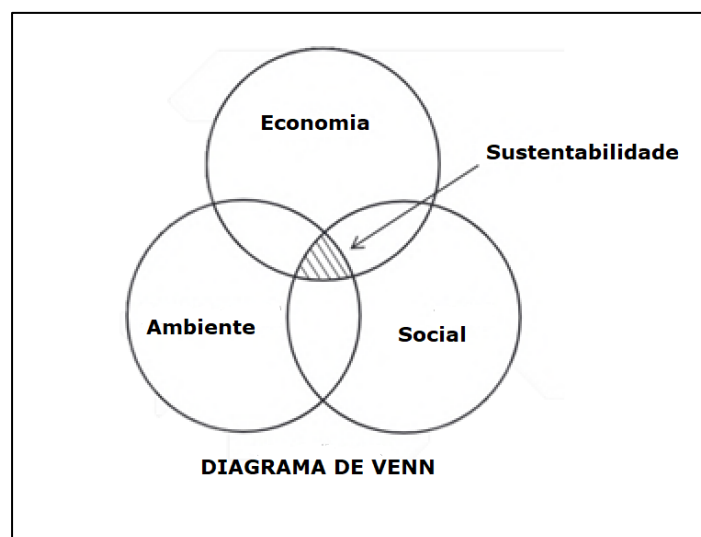


Figura.1 Diagrama do Conceito de Sustentabilidade

Fonte: Holmes et al. (2015).

O diagrama apresentado por Holmes et al. (2015), refere que no campo Social, os eventos podem estimular a construção de infraestruturas, alavancar as vantagens promocionais e/ou contribuir para o crescimento das cidades anfitriãs, o que, para além de gerar novas oportunidades de emprego, deixa também os locais orgulhosos. Contudo, também pode significar que alguns equipamentos urbanos possam traduzir-se numa perda caso sejam pouco explorados após o evento, que alguns eventos podem mesmo atrapalhar a qualidade de vida dos locais, ou até mesmo interferir nos negócios locais e causar uma inadequada distribuição de riqueza na comunidade. Podem, também, contribuir para o aumento da criminalidade, aumentar os problemas de segurança, levando, inclusive, ao abandono da cidade por parte dos locais.

Na questão ambiental, o impacto do evento pode ter uma influência positiva na sensibilização das causas ambientais para os visitantes, para as organizações e para os locais. Os eventos também podem ajudar na recuperação de áreas degradadas das cidades, transformação de terrenos baldios, recuperação de património e criação de novos espaços verdes e de lazer. No lado negativo, a falta de cuidado no planeamento de eventos sustentáveis, pode provocar danos ao local, causar desperdício excessivo e poluição, bem como um consumo desnecessário de energia e recursos naturais. Estes impactos negativos estendem-se muito além do local do evento, podendo levar a condicionamentos de trânsito aumentando os índices de poluição sonora e do ar (Raj & Musgrave, 2009).

O impacto económico é, por norma, positivo uma vez que os eventos contribuem para o aumento do comércio local, fomentam o desenvolvimento urbano, e são catalisadores de investimento, contribuindo de forma significativa para a valorização das cidades. Mas, os eventos também podem falhar, e isso pode custar caro para a economia local, prejudicando investimentos e causando uma onda inflacionária de preços de produtos e serviços, impactando seriamente a vida da comunidade.

Um evento que tenha mais consequências negativas do que positivas pode tornar-se num evento indesejável e, conseqüentemente, insustentável, criando um descontentamento no seu público e nas organizações públicas ou privadas que o apoiam. Portanto, o principal objetivo é sempre maximizar os resultados positivos (benefícios) do evento, enquanto se reduz os resultados negativos (Holmes et al., 2015).

O conceito de sustentabilidade ganhou destaque nos últimos anos, e a sua aplicação em eventos é cada vez mais importante. Os eventos, como todas as atividades humanas,

podem exercer uma enorme pressão sobre os recursos naturais e as comunidades locais se não forem concebidos e geridos adequadamente (Boggia et al., 2018). Se o sector dos eventos rejeitar o apelo urgente da natureza, sem dúvida contribuirá para a contínua destruição do ambiente natural e dos seus recursos cada vez menores (Jones, 2017).

Em 2015, as Nações Unidas (ONU), definiu a Agenda 2030, constituída por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Trata-se de um objetivo ambicioso que aborda várias dimensões do desenvolvimento sustentável (social, económico, ambiental) e que promove a paz, a justiça e instituições eficazes. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são fruto do trabalho conjunto de governos e cidadãos de todo o mundo, sendo a Agenda 2030 e os seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável uma visão comum para a Humanidade, um contrato entre os líderes mundiais e os povos e “uma lista das coisas a fazer em nome dos povos e do planeta” (United Nations, 2023). Os eventos, no seu âmbito geral, deverão estar alinhados com estes ODS, quer no seu planeamento, quer na sensibilização e promoção de boas práticas sustentáveis junto dos seus públicos.

Eventos sustentáveis visam minimizar os impactos ambientais negativos, promover a responsabilidade social e garantir a viabilidade económica do evento e das comunidades locais.

Jones (2017) identifica os principais aspetos da sustentabilidade em eventos como:

- Sustentabilidade ambiental: envolve a redução da pegada de carbono dos eventos por meio de medidas como redução de resíduos, reciclagem, eficiência energética, transporte sustentável e escolha de uma cadeia de valor que partilhe das mesmas preocupações ambientais.
- Sustentabilidade social: os eventos devem considerar o impacto social nas comunidades locais, promover a diversidade e a inclusão, apoiar os negócios locais e garantir o bem-estar e a segurança dos participantes.
- Sustentabilidade económica: os organizadores de eventos devem considerar a viabilidade e os benefícios económicos de longo prazo dos eventos, incluindo a gestão dos custos, gerar receitas e o desenvolvimento económico local.
- Certificação e Padrões: vários programas de certificação e padrões do setor, como o ISO 20121 para sistemas de gestão de sustentabilidade de eventos, fornecem diretrizes e estruturas para a organização de eventos sustentáveis.

De acordo com estas perspectivas, o futuro dos eventos sustentáveis oferece imensas oportunidades para a criatividade, inovação e impacto positivo. Ao adotar práticas sustentáveis e uma abordagem holística, os organizadores de eventos contribuem para um futuro mais sustentável e resiliente no âmbito das três dimensões da sustentabilidade: a ambiental, a social e a económica (Jones, 2017).

A incorporação de práticas sustentáveis em eventos académicos é uma abordagem importante para minimizar o impacto ambiental, social e económico dos mesmos, ao mesmo tempo que demonstra o compromisso com valores éticos e de responsabilidade social. É por si só um fator inspirador para outras instituições académicas e também para os participantes dos eventos, promovendo a adoção de práticas individuais e coletivas mais sustentáveis.

## **CAPÍTULO II**

---

### **ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL**

O capítulo II tem como finalidade analisar, de uma forma geral, o ensino superior em Portugal tendo em conta, o sistema educativo no âmbito do ensino (2.1.), a evolução do ensino superior nos últimos 50 anos (2.2.), e os desafios que enfrenta (2.3.). Em seguida, abordamos a importância da inovação pedagógica nas aprendizagens (2.4.) e as metodologias de ensino (2.5.). O capítulo será concluído com uma análise do papel dos eventos académicos nas aprendizagens do ensino superior (2.6.).

## **2.1. Caracterização do sistema educativo português no âmbito do ensino superior**

De acordo com a Direção-Geral do Ensino Superior (DGES), o sistema educativo português encontra-se regulado pela Lei de Bases do Sistema Educativo e compreende três níveis de ensino: o ensino básico, o secundário e o ensino superior.

A DGES (2023) classifica ainda a organização do ensino superior num sistema dual que integra o ensino universitário e o ensino politécnico e que é ministrado em instituições públicas e privadas.

O ensino universitário inclui as universidades, os institutos universitários e outros estabelecimentos de ensino universitário. Por sua vez, o ensino politécnico compreende os institutos politécnicos e outros estabelecimentos de ensino politécnico.

A DGES faz distinção entre universidades e politécnicos com base na sua orientação técnica. Define o ensino universitário como orientado por uma perspetiva de promoção de investigação e de criação do saber, assegurando uma sólida preparação científica e cultural e proporcionando uma formação técnica que habilite os discentes para o exercício de atividades profissionais e culturais.

Por sua vez, o ensino politécnico é orientado por uma perspetiva de investigação aplicada e de desenvolvimento, dirigido à compreensão e solução de problemas concretos e visa proporcionar uma sólida formação cultural e técnica de nível superior, desenvolver a capacidade de inovação e de análise crítica e ministrar conhecimentos científicos de índole teórica e prática e as suas aplicações com vista ao exercício de atividades profissionais (DGES, 2023).

A DGES concede total autonomia científica, pedagógica, cultural e disciplinar às instituições de ensino contextualizando essa mesma autonomia da seguinte forma:

- A autonomia científica consiste na capacidade de definir, programar e executar a investigação e demais atividades científicas.
- A autonomia pedagógica abrange a capacidade para elaborar os planos de estudos, definir o objeto das unidades curriculares, definir os métodos de ensino, afetar os recursos e escolher os processos de avaliação de conhecimentos.
- A autonomia cultural traduz-se na capacidade de definir o programa de formação e de iniciativas culturais.
- A autonomia disciplinar confere o poder de punir, nos termos da lei e dos estatutos, as infrações disciplinares praticadas por docentes, investigadores e demais funcionários, bem como estudantes.

Em 2005, Portugal deu início à reforma da Lei de Bases do Sistema Educativo, de modo a implementar o Processo de Bolonha. Este consiste num processo de reforma intergovernamental a nível europeu que une 47 países signatários da Convenção Cultural Europeia, e visa concretizar o Espaço Europeu de Ensino Superior como um espaço aberto que permita aos estudantes, aos graduados e ao pessoal especializado que trabalha na área do ensino superior beneficiar de uma mobilidade e de um acesso equitativo a um ensino superior de alta qualidade.

O ensino superior passou a ter uma nova estrutura de três ciclos de estudos: Licenciatura que confere grau de licenciado; Mestrado que confere grau de mestre; Doutoramento que confere grau de doutor. Esta nova estrutura foi introduzida em 2006 e totalmente implementada, em Portugal, a partir do ano letivo de 2009/2010 (DGES, 2023).

Foram então introduzidos vários instrumentos reguladores comuns nos países signatários do Processo de Bolonha, entre eles, o Sistema Europeu de Transferência e Acumulação de Créditos (ECTS) entre outros.

Em 2014, foi criado um ciclo de estudos superior não conferente de grau académico, denominado curso técnico superior profissional, que corresponde ao ciclo de estudos curto ligado ao 1.º ciclo previsto no Quadro de Qualificações do Espaço Europeu do Ensino Superior.

A Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior é a entidade competente para avaliar e acreditar as instituições de ensino superior e os seus ciclos de estudos. Esta entidade reguladora é independente face ao estado e às instituições e tem por objetivo promover e



assegurar a qualidade no ensino superior. Para além da acreditação prévia de ciclos de estudos a criar, a Agência procede ainda à acreditação regular dos ciclos de estudos que se encontram em funcionamento.

## **2.2. Evolução recente do ensino superior**

O desenvolvimento do ensino superior em Portugal durante o século XX acompanha o desenrolar dos diferentes acontecimentos sociais e políticos que marcaram a evolução da sociedade portuguesa em particular no decurso da segunda metade desse século (Arroteia, 2003).

Antes do 25 de Abril de 1974, Portugal tinha um sistema educativo com acesso limitado, altas taxas de analfabetismo e desigualdades sociais. A educação era controlada pelo Estado e pela Igreja Católica. O ensino superior era restrito e elitista (Cabrito, 2018).

Por sua vez, a Constituição de 1976 estabeleceu o direito à educação como um direito fundamental. Houve um esforço para expandir a educação básica e melhorar o acesso à educação para todos, e durante as décadas de 80 e 90 no século XX, houve uma expansão significativa do ensino secundário e superior, tendo sido introduzidas reformas curriculares (Cabral, 2006).

Com a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia em 1986, as políticas educativas sofreram profundas alterações. A adesão ao Processo de Bolonha em 2006, que tinha como objetivo harmonizar o ensino superior na Europa, levou à adoção do sistema de três ciclos (licenciatura, mestrado e doutorado), com créditos ECTS para facilitar a mobilidade estudantil e a comparabilidade dos diplomas (Cabral, 2006).

O século XXI, trouxe um foco na qualidade da educação, na formação de professores e na melhoria da gestão educacional. Foram implementadas medidas para combater o abandono escolar precoce e promover a igualdade de acesso à educação. O investimento em educação digital e tecnologia também se intensificou (Cabral, 2006).

O relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) (OECD, 2022) refere que nos últimos anos, Portugal se tem esforçado para promover uma

educação mais inclusiva, procurando garantir que todos os alunos, independentemente de suas capacidades, origens étnicas ou sociais, tenham igualdade de oportunidades de aprendizagem.

### **2.3. Desafios atuais do ensino superior**

Apesar das melhorias significativas, o sistema educativo em Portugal enfrenta desafios como o abandono escolar precoce (no secundário), a desigualdade socioeconómica e a adequação das habilidades dos alunos ao mercado de trabalho em constante mudança.

Cabral (2006) refere que o ensino superior português viveu nas duas últimas décadas do século XX um período de acentuado crescimento no número de alunos, no número de docentes, e também no número de instituições do ensino superior. Houve, também, um crescimento qualitativo com a proporção de doutorados a aumentar significativamente no sistema universitário tal como a proporção de estudantes de pós-graduações, evolução que foi acompanhada de um acentuado crescimento da produção científica. Cabral (2006) ressalva que o aumento e melhoria do sistema não chegaram, no entanto, para reverter a posição do país. Portugal continua a apresentar uma das mais baixas taxas de licenciados na população ativa da União Europeia, continuando também a ter um número e proporção de doutorados e investigadores muito baixo e a manter um nível de produção científica muito abaixo do de países europeus de dimensão semelhante (Cabral, 2006).

Depois desses 20 anos de forte expansão no final do século XX, observou-se uma redução de candidatos e também de investimento, que pressionaram no sentido de alterar mudanças necessárias (Cabral, 2006). E nos anos de 2018 e 2019 a dotação orçamental para as instituições públicas de ensino superior cresceu em 10%, o número total de estudantes aumentou em cerca de 4%, e devido a implementação do programa “Estudar e investigar em Portugal” (i.e., “Study and Research in Portugal”), o número de estudantes estrangeiros aumentou cerca de 48% desde 2014-2015 (Heitor, 2019).

O caminho, refere Manuel Heitor (2019), Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior em 2019, “requer, um enfoque na qualificação avançada de pessoas, nas instituições e nas suas ligações com a sociedade. Implica perceber e reconhecer o conhecimento como um processo cumulativo, contínuo e de longo prazo, em mutação constante, que requer uma

compreensão clara do papel desempenhado pelas relações entre conhecimento e sociedade, muito para além de estratégias de desenvolvimento económico de curto prazo, naturalmente impulsionadas pela procura”.

Heitor (2019) define quatro desafios para pensar o futuro do ensino superior português:

- Alargar a base social e atrair mais jovens para as universidades, reduzindo os custos diretos das famílias dos estudantes socialmente e economicamente mais vulneráveis através do aumento dos apoios sociais
- Modernizar o processo de ensino/aprendizagem articulando com as empresas e obtendo mais especialização a nível do “*re-skilling*” (reciclagem profissional) e do “*up-skilling*” (formação em novas competências) e diversificação institucional (mais oferta relativamente a formação inicial, graduação e pós-graduação)
- Estimular a triangulação que emerge entre “conhecimento, educação e emprego”.
- Internacionalizar fomentando a atração e mobilidade de recursos humanos

O futuro do ensino superior em Portugal passa assim pela articulação entre coesão social e competitividade empresarial através do conhecimento.

Em 2015, o Sindicato Nacional do Ensino Superior (Alves, 2015), chamava a atenção para um outro desafio que hipotecava o futuro do ensino superior: a urgência de equacionar estratégias para o rejuvenescimento do grupo profissional dos docentes e investigadores do ensino superior. Os docentes do ensino superior são um grupo profissional bastante envelhecido, sobretudo os que se encontram nas instituições de ensino superior públicas.

## **2.4. Inovação pedagógica no ensino superior**

As instituições de ensino superior encontram-se numa situação de viragem que obriga a que se renovem para corresponderem de melhor forma à diversidade dos estudantes e à diferença dos nómadas digitais face às gerações que os precederam, mas também para responder a um mercado de trabalho cada vez mais exigente e em constante mudança (Almeida et al., 2022).

Almeida (et al., 2022), defende que o crescente acesso de jovens ao ensino superior registado nos últimos anos tem colocado problemas de desajustamentos no que concerne às tradicionais metodologias de ensino. Este fluxo de estudantes alimenta-se de diversas origens:

modalidades do ensino secundário, cursos de técnicos superiores profissionais, maiores de 23 anos, diplomados com cursos superiores, candidatos de outras nacionalidades e, ainda, de antigos estudantes que pretendem reingressar no ensino superior.

Cada vez mais é exigido ao sistema de ensino superior um papel mais diversificado, aberto e comprometido com a sociedade, por forma a responder à diversidade de perfis formativos e profissionais que o mercado de trabalho exige (Almeida et al., 2022).

A procura de práticas pedagógicas inovadoras tem suscitado o interesse da quase totalidade das instituições de ensino superior (Almeida et al., 2022). O crescente fluxo de estudantes, associado ao desígnio da reforma de Bolonha, que coloca o estudante no centro do processo de aprendizagem, tem levado à introdução de novas metodologias de ensino e de maiores exigências associadas às áreas pedagógicas. Um dos aspetos que tem assumido especial relevância inclui um esforço de qualificação do corpo docente orientado para as temáticas pedagógicas. “Debate-se o que se ensina, mas cada vez mais também como se ensina, porque se ensina e para quê se ensina” (Almeida et al., 2022).

A Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior defende que a inovação pedagógica requer uma participação concertada de diversos atores a diferentes níveis, da sala de aula às políticas institucionais, devendo articular-se com o conhecimento existente acerca do ensino e da aprendizagem no ensino superior e com as orientações nacionais e internacionais que o regulam (Almeida et al., 2022).

A inovação pedagógica no ensino superior passa pela implementação de novas abordagens, métodos, tecnologias e estratégias de ensino que visam melhorar a qualidade da educação e o processo de aprendizagem dos alunos. O objetivo é criar ambientes de aprendizagem mais atrativos, eficazes e alinhados com as exigências da sociedade e do mercado de trabalho (Almeida et al., 2022).

A Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (Almeida et al., 2022) refere que a construção de uma cultura de inovação no ensino superior passa pela revisão de três grandes áreas, a saber:

- A institucional – é vital que as instituições de ensino repensem a sua “missão” por forma a responderem mais adequadamente tanto às exigências sociais e

empresarias, como ao perfil dos novos estudantes e professores. Implementar uma cultura de inovação implica a partilha de visão, atitudes e comportamento por parte das pessoas de uma determinada organização (Baregheh et al., 2009).

- O professor - As instituições de ensino superior devem também apostar no desenvolvimento profissional dos seus docentes, assumindo a sua capacitação no desenvolvimento de novas competências e consolidação de outras. Para isso terão que ultrapassar alguns obstáculos existentes como o desinteresse na adoção de novas práticas pedagógicas, a ausência de incentivos formais ao desenvolvimento profissional e o alívio das tarefas que os docentes têm a seu cargo.

- O estudante - As instituições de ensino superior deverão também desenvolver novos mecanismos de apoio aos estudantes, criando e melhorando estruturas e serviços de apoio centrados no estudante, nomeadamente aqueles dedicados ao apoio à sua aprendizagem e sucesso educativo.

As instituições devem priorizar a oferta de um ensino de alta qualidade aos seus estudantes, visando aprimorar suas experiências de aprendizado e oportunidades de desenvolvimento, para que possam maximizar seu valor dentro da sociedade (Felten et al., 2016).

Estes novos mecanismos passam pela criação de ações voltadas para o desenvolvimento das habilidades essenciais na prevenção de dificuldades dos estudantes (integração, métodos de estudo) e de práticas centradas no desenvolvimento de competências (*soft skills*) de maior autonomia.

Um outro mecanismo a desenvolver é a promoção de experiências relacionadas à introdução à pesquisa durante a licenciatura, à participação em comunidades na aprendizagem ou grupos de partilha de experiências intelectuais, à inscrição em cursos de escrita e comunicação científica, à participação em atividades comunitárias direcionadas e projetos colaborativos, e à vivência de mobilidade internacional (Almeida et al., 2022).

Um outro mecanismo a desenvolver envolve a orientação académica e pessoal, permitindo que os estudantes antecipem, avaliem e façam escolhas e decisões alinhadas com as suas motivações e objetivos pessoais.

É, assim, importante que as instituições de ensino superior estejam dispostas a experimentar e adaptar essas abordagens de acordo com suas necessidades, recursos e contextos específicos. Para ser bem-sucedida, a inovação pedagógica deve ser vista de uma forma holística, envolvendo a colaboração entre professores, alunos, gestores e especialistas em educação.

## **2.5. Metodologias de ensino**

No seguimento das considerações da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (Almeida et al., 2022) para a criação de uma cultura de inovação no ensino superior é oportuno abordarmos as metodologias de ensino e a sua relevância na qualidade das aprendizagens.

A origem da palavra metodologia vem do Latim METHODUS, “maneira de ir ou de ensinar”; do Grego METHODOS, “investigação científica, modo de perguntar”, originalmente “perseguição, ato de ir atrás”; de META-, “atrás, depois”; de HODOS, caminho” acrescida de sufixo referente ao Grego LOGOS, “palavra, estudo, tratado” (Origem da Palavra) (Teixeira, 2015). Podemos assim dizer que metodologia é o processo para se atingir um determinado fim ou para se chegar ao conhecimento. Desta forma, o vocábulo generalizou-se ao âmbito educacional indicando o caminho onde o modo como o conhecimento é produzido e estudado.

Sendo assim, as metodologias de ensino compreendem todos os modelos utilizados pelos educadores para que os alunos sejam capazes de se desenvolverem e ampliarem os seus conhecimentos.

Teixeira (2015) defende que a metodologia de ensino se refere aos meios utilizados pelo docente para apresentar conteúdos, discutir e avaliar os estudantes, utilizando para tal métodos, técnicas, tecnologia e estratégias de ensino que agilizam o processo de aprendizagem. Vasconcellos (1992) acrescenta que a metodologia é a articulação entre uma teoria de compreensão e interpretação da realidade a uma prática específica. O docente deve, assim, procurar alternativas para encontrar o caminho para uma boa aprendizagem dos conteúdos pelos alunos, fazendo uso de vários métodos.

A metodologia de ensino tradicional consiste no ensino centrado na figura do professor, em que há uma exposição formal de conhecimento. Além das aulas expositivas, existe uma pressão por resultados mensuráveis e há reprovação dos alunos que não obtêm desempenho suficiente a partir desta diretriz. Trata-se de um modelo que assenta nos fundamentos da pedagogia mais destinado a crianças e jovens, em oposição aos métodos mais inovadores que se orientam pela andragogia, método adequado a aprendizagem de adultos, porque considera o professor apenas como um mediador do conhecimento. A andragogia valoriza as experiências dos alunos e suas necessidades no processo de aprendizagem (*Diferença entre andragogia e pedagogia*, 2022).

Ao contrário da metodologia de ensino tradicional, o método de ensino construtivista coloca o aluno no centro do processo de aprendizagem, fazendo com que ele desempenhe um papel ativo na busca por conhecimento através do desenvolvimento de uma análise crítica sobre os conteúdos. Desta forma, cada aluno tem a oportunidade de ser protagonista do seu próprio processo de aprendizagem e de se desenvolver no seu tempo próprio (Dos Santos & Pereira, 2023).

Bonwell e Eison (1991) afirmam que a metodologia ativa tem como principal orientação a participação ativa do estudante em sua própria formação, através da utilização de atividades práticas que estimulem a reflexão sobre os conteúdos estudados. A aprendizagem ativa permite uma formação mais crítica e reflexiva, estimulando o raciocínio, a comunicação e a resolução de problemas práticos.

Como método de aprendizagem Bonwell e Eison (1991) defendem que os alunos devem ler, escrever, discutir e envolverem-se na resolução de problemas. Mais importante do que estarem ativamente envolvidos, os alunos devem-se envolver em tarefas de pensamento de ordem superior como análise, síntese e avaliação. Uma aprendizagem ativa promove atividades práticas, discussões em grupo, projetos, simulações, estudos de caso e outras estratégias que vão além das tradicionais aulas expositivas.

As metodologias ativas, têm vindo ao longo do tempo, a serem valorizadas e adotadas pelas instituições de ensino superior, sendo já recorrente encontrar as seguintes abordagens (Dos Santos & Pereira, 2023):

- Aprendizagem baseada em problemas – em que o aluno é estimulado a resolver desafios relacionados à realidade de sua futura profissão.
- Sala de aula invertida (Flipped Classroom) – em que se inverte o papel tradicional de sala de aula. Uma modalidade de e-learning em que os alunos têm acesso ao conteúdo antes das aulas e usam o tempo presencial para discussões, resolução de problemas e interações mais significativas com o professor e os colegas.
- A metodologia da problematização – em que os alunos integram um cenário real, para que a construção do conhecimento ocorra a partir da vivência subjetiva de experiências reais significativas.
- A gamificação – em que o aluno utiliza jogos, desafios e competições que tornam a sua aprendizagem mais participativa e motivadora.

O elo entre o ensino tradicional e o inovador é a tecnologia. A tecnologia permite a interação remota e cria experiências de aprendizagem mais ricas. É a tecnologia que sustenta a conjugação do ensino presencial com o remoto, permitindo ao aluno fazer determinadas aulas, atividades ou disciplinas em ambiente físico, enquanto outros processos ocorrem no espaço virtual. Uma realidade intensificada pela pandemia do COVID19 mas que se adequa bem a rotina dos alunos ao mesmo tempo que valoriza os encontros presenciais para debates entre os estudantes e professores (Bomfim, 2021).

Para Bomfim (2021) são vários os fatores que influenciam as alterações no processo de ensino e aprendizagem: a transformação digital, os novos hábitos de consumo, o impacto sociológico da pandemia, e os novos desafios profissionais. Temos agora um novo perfil de aluno, mais exigente, desejando aprender através de métodos mais diferenciados, a que as instituições de ensino superior terão que dar resposta inovando nos seus métodos de aprendizagem.

## **2.6. Os eventos acadêmicos nas aprendizagens no ensino superior**

Os eventos acadêmicos fazem hoje em dia parte da vida das diversas Instituições de Ensino Superior, sejam eles organizados apenas por estudantes ou pelos professores, ou até mesmo por ambos. Como definem Carmo & Prado (2005) a ciência, com uma atividade social,



precisa ser divulgada, debatida, refletida. Uma das funções dos investigadores é exatamente a de possibilitar um amplo debate em torno de suas ideias, descobertas, teorias e proposições em geral. Daí a necessidade de se organizarem ocasiões especiais destinadas ao intercâmbio entre pares e à divulgação do conhecimento que produzem. Estas ocasiões podem ser acadêmicas ou, mais restritamente, científicas.

Como foi referenciado no Capítulo I os eventos acadêmicos podem tomar variadas formas – congresso, palestra, conferencia, workshop, etc. – mas servem sempre um propósito comum: divulgar e/ou partilhar conhecimento. Cada evento, é assim, uma oportunidade única para um participante expor, debater ou até mesmo apreender novas ideias e abordagens.

A participação em eventos acadêmicos pode promover a motivação pessoal e profissional, e tal como afirma Bianchi (2012), a motivação sempre teve um papel importante na vida dos seres humanos sendo que uma pessoa motivada fará sempre mais coisas que a irão beneficiar.

Por sua vez, na perspectiva do aluno, a participação nestes eventos é fundamental no desenvolvimento de uma qualificação sólida, pois as atividades extracurriculares promovem a sua inserção no contexto da sua futura área de atuação. São nestas ocasiões que as discussões sobre as perspectivas e desafios inerentes à profissão se tornam instrumentos de aprendizagem que se articulam com os saberes trabalhados nas disciplinas curriculares, beneficiando o entendimento e a construção da identidade dos alunos (Silva et al., 2021). Neste sentido, os eventos são oportunidades essenciais para os estudantes vivenciarem trocas e transmissão de informações (Silva et al., 2021).

Pode assim, afirmar-se, que as experiências ganhas com a participação em eventos acadêmicos é um fator crucial na formação de docentes e discentes do ensino superior.

## **CAPÍTULO III**

---

### **CARACTERIZAÇÃO DA ENTIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO**

O capítulo três caracteriza a entidade de implementação do projeto, nomeadamente, a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM). Nesse sentido, pretende-se apresentar de forma geral o Instituto Politécnico de Leiria onde a ESTM se integra, identificando a sua estrutura orgânica, missão e visão pedagógica (3.1.); em seguida, apresentar-se-á a ESTM, no que diz respeito à sua constituição (3.1.1.), oferta formativa (3.1.1.1.) e os seus eventos académicos (3.1.1.2.).

### 3.1. O Politécnico de Leiria

O Politécnico de Leiria é uma instituição pública de ensino superior, que iniciou a sua atividade em 1980. Está presente na região de Leiria e Oeste através das suas cinco escolas superiores, localizadas nas cidades de Leiria (Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, Escola Superior de Tecnologia e Gestão e Escola Superior de Saúde), Caldas da Rainha (Escola Superior de Artes e Design) e Peniche (Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar) (*Politécnico de Leiria, 2023*<sup>3</sup>).

Engloba ainda um Núcleo de Formação em parceria com a Câmara Municipal de Torres Vedras com o objetivo de reforçar a oferta formativa na região, e ainda o Centro para o Desenvolvimento Rápido e Sustentado de Produtos – CDRSP - sediado na Marinha Grande, considerado Centro de Excelência na área de Engenharia Mecânica e Sistemas de Engenharia, pela Fundação Para a Ciência e Tecnologia (FCT).

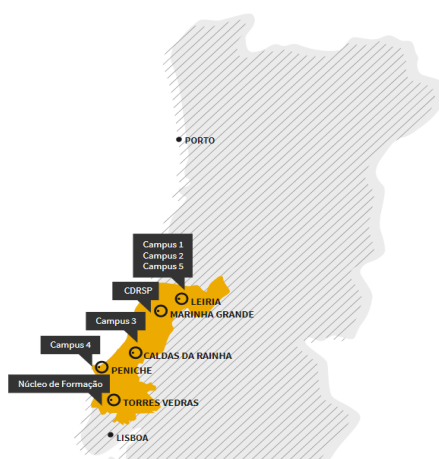


Figura 2 - Campi do Politécnico de Leiria

Fonte: <https://www.ipleiria.pt/>

<sup>3</sup> As informações sobre Politécnico de Leiria foram com base no sítio: <https://www.ipleiria.pt/>

O Politécnico de Leiria, tendo em conta as 5 escolas que o integram, recebe um total de 14 500 estudantes, dos quais cerca de 1 600 são estrangeiros, e emprega 1 150 professores e 500 colaboradores técnicos e administrativos.

## Factos e Números



Figura 3 - População do Politécnico de Leiria

Fonte: <https://www.ipleiria.pt/>

Na sua globalidade dispõe uma oferta formativa composta por 45 licenciaturas, 59 mestrados, 54 cursos técnico superiores profissionais, 33 pós-graduações e 2 doutoramentos em associação.



### FORMAÇÃO

## Oferta formativa



Figura 4 - Oferta Formativa do Politécnico de Leiria

Fonte: <https://www.ipleiria.pt/>

As áreas de formação são Arte e Design, Saúde e Desporto, Turismo, Educação e Ciências Sociais, Ciências Empresariais e Jurídicas, Ciências e Tecnologias do Mar, e também, Tecnologia e Engenharia.

O Politécnico de Leiria desenvolve as suas atividades de I&D+i (Investigação, Desenvolvimento e Inovação) através de 15 unidades de investigação, distribuídas pelos seus 5 campus, em 4 áreas científicas, com enfoque principal na transferência do conhecimento para a economia, procurando respostas práticas e aplicadas a uma diversidade de temáticas sociais, económicas, tecnológicas, ambientais, turísticas e de saúde e bem estar (*Politécnico de Leiria*, 2023).

### **3.1.1. A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM)**

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM)<sup>4</sup>, situa-se em Peniche, criada em 1991, tendo entrado em funcionamento no ano letivo 1999/2000.

A ESTM é uma Instituição de Ensino Superior Público integrada no Instituto Politécnico de Leiria e tem por missão ministrar formação inicial, contínua e pós-graduada, nas áreas do Turismo e das Ciências e Tecnologias do Mar.

A Escola desenvolve ainda atividades de investigação e prestação de serviços na formação de profissionais nas áreas científica, técnica e cultural; a realização de atividades de pesquisa e investigação; a organização e a realização de projetos de atualização e reconversão profissional; o intercâmbio científico, técnico e cultural com instituições congéneres ou que visem objetivos semelhantes ou convergentes e a prestação de serviços à comunidade nas áreas científicas e tecnológicas são outros objetivos desta instituição de ensino superior (*Politécnico de Leiria*, 2023).

De acordo com o seu Plano de Atividades de 2022, a ESTM tem por visão ser uma instituição de referência a nível nacional e internacional, que prima pela excelência da vivência académica, dotada das condições adequadas à formação íntegra dos profissionais do século XXI, cuja oferta formativa dará resposta aos desafios sociedade da região onde se insere, contribuindo, igualmente, para o desenvolvimento

---

<sup>4</sup> As informações sobre a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM) foram com base no sítio: <https://www.ipleiria.pt/estm/>.

socioeconómico baseado nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável definidos pelas Nações Unidas (*Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, 2023*).

De acordo com os seus estatutos publicados no seu sítio da internet, a ESTM dispõe dos seguintes órgãos internos de gestão eleitos a cada 4 anos:

- Direção
- Conselho de Representantes
- Conselho Técnico-científico
- Conselho Pedagógico
- Coordenação de Cursos (Licenciaturas, Mestrados, Pós-graduações, Cursos Técnicos Superiores Profissionais)

O último Relatório de Atividades datado de 2021 (*Relatório de Atividades 2021, 2021*) faz menção a um corpo docente de 142 professores dos quais cerca de metade apresentam grau de Doutor e um corpo não docente composto por 32 colaboradores técnicos e administrativos.

No ano letivo de 2021/2022 teve um total de 1675 alunos inscritos (1150 em Licenciaturas/ 282 em Mestrados/ 243 em Técnicos Superiores Profissionais), provenientes, maioritariamente, dos distritos de Leiria, Lisboa e Santarém, embora receba alunos de todas as regiões de Portugal. A escola apresenta ainda 11% de alunos provenientes do estrangeiro, sobretudo dos países da CPLP (75 alunos) e do Equador (cerca de 50 alunos).

A ESTM possui 17 laboratórios e salas práticas na área das ciências e tecnologias do mar e das ciências do turismo, 27 salas de aula, sala de estudo, zona *wireless*, sala de utilizadores de informática, uma biblioteca, um auditório com 250 lugares e vista privilegiada para a ilha das Berlengas, um anfiteatro com uma capacidade de 89 lugares, três salas de informática totalmente equipadas e um Hotel Escola equipado com 25 quartos duplos, sala de restaurante, cozinha, bar, receção e duas salas de formação, que é também utilizado como uma das duas residências para estudantes (*Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, 2023*).

Na ESTM estão sediadas as seguintes unidades de investigação:

- CiTUR – Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo - Promover a investigação e divulgação científica, a formação permanente e a prestação de serviços em diversos domínios relacionados com o Turismo

e áreas afins, desde a gestão hoteleira ao desenvolvimento de novos conceitos, produtos e marcas turísticas.

- MARE-IPLeiria – Centro de Ciências do Mar e do Ambiente – sede Edifício CETEMARES - Criação, desenvolvimento e aplicação do conhecimento associado aos recursos marinhos, de forma a promover a inovação na sua utilização e gestão. Contribuir para o desenvolvimento de novos produtos na área da ciência e tecnologia do mar.

A ESTM dispõe dos seguintes serviços de apoio:

- Um portal para Docentes – uma intranet com acesso individualizado com acesso a todas as funcionalidades inerentes as suas obrigações e desempenho das suas tarefas pedagógicas.
- Um portal para Alunos – intranet com acesso individualizado e onde o aluno encontra as suas informações pessoais, acesso ao webmail, plataforma de e-learning, ligação VPN, acesso a biblioteca do conhecimento B-on, acesso direto a candidaturas e a bolsa de emprego.
- Serviço Apoio ao Estudante (SAPE) – com apoio psicológico e de orientação vocacional, e também com apoio psicopedagógico.
- Provedor do Estudante – tem uma natureza eminentemente interdisciplinar, agindo como mediador nas relações entre os estudantes e os órgãos formais do Instituto e das Escolas, na procura da resolução concreta dos problemas e conflitos que não sejam ultrapassados a outros níveis e uma vez esgotados os demais mecanismos institucionais.
- Bolsa de Emprego - Plataforma de apoio à procura e oferta de emprego.

A escola está presente na internet e redes sociais com uma página em língua portuguesa e inglesa (<https://www.ipleiria.pt/estm/>) e perfil no *Facebook* (<https://www.facebook.com/politecnico.de.leiria/wall/>), no *Instagram* ([https://www.instagram.com/politecnico\\_de\\_leiria/](https://www.instagram.com/politecnico_de_leiria/)), no *LinkedIn* em língua inglesa (<https://www.linkedin.com/school/politecnicodeleiria/>) e também no *YouTube* (<https://www.youtube.com/c/Polit%C3%A9cnicodeLeiriaOficial>).

### 3.1.1.1. Oferta formativa

Atualmente, a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar tem uma oferta formativa de 9 licenciaturas, 9 mestrados, 11 cursos técnico superiores profissionais, 3 pós-graduações e 4 cursos avançados. A oferta formativa foca-se em duas principais áreas: a do turismo com os seus diversos segmentos, e a das tecnologias do mar na vertente da biologia marinha e da biotecnologia, conforme figura 5.

<p>LICENCIATURAS (9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Animação Turística</li> <li>• Biotecnologia</li> <li>• Biologia Marinha e Biotecnologia</li> <li>• Engenharia Alimentar</li> <li>• Gestão de Eventos</li> <li>• Gestão Turística e Hoteleira</li> <li>• Marketing Turístico</li> <li>• Gestão da Restauração e Catering</li> <li>• Turismo</li> </ul>	<p>MESTRADOS (9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aquacultura</li> <li>• Biotecnologia dos Recursos Marinhos</li> <li>• Engenharia Alimentar</li> <li>• Gestão da Qualidade e Segurança Alimentar</li> <li>• Marketing e Promoção Turística</li> <li>• Gastronomia</li> <li>• Gestão e Direção Hoteleira</li> <li>• Gestão e Sustentabilidade no Turismo</li> <li>• Turismo e Ambiente</li> </ul>
<p>TÉCNICOS SUPERIORES PROFISSIONAIS (11)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análises Laboratoriais</li> <li>• Animação em Turismo de Natureza e Aventura</li> <li>• Atividades Marítimas e Fluviais</li> <li>• Cozinha e Produção Alimentar</li> <li>• Gestão Hoteleira e Alojamento</li> <li>• Organização e Comunicação de Eventos</li> <li>• Inovação e Tecnologia Alimentar</li> <li>• Marketing Digital no Turismo</li> <li>• Produção e Manutenção de Organismos Aquáticos</li> <li>• Produção Primária Sustentável</li> <li>• Turismo de Surf</li> </ul>	<p>CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO (3):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wine Business</li> <li>• Turismo Subaquático</li> <li>• Mergulho Científico</li> </ul>
<p>CURSOS DE AVANÇADOS (4):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Animais de Laboratório</li> <li>• Investigação em Turismo, Lazer e Hospitalidade (ESTM-CITUR)</li> <li>• Investigação em Ciências e Tecnologia do Mar (ESTM-MARE)</li> <li>• Living Oceans and Climate Change</li> </ul>	

Figura 5 – Oferta Formativa da ESTM

Fonte: <https://www.ipleiria.pt/estm/>



### 3.1.1.2. Eventos académicos realizados pela ESTM

No decorrer de cada ano letivo, a ESTM promove diversos eventos académicos destinados a determinadas áreas de pesquisa e/ou do conhecimento académico.

O relatório de Atividades de 2021 (*Relatório de Atividades 2021, 2021*) faz referência a realização de cerca de 34 eventos de carácter científico, técnico e cultural.

Entre os eventos realizados entre 2022 e 2023 encontram-se:

- ANIMARTE – evento anual de um dia que já vai na sua 13ª edição. Organizado por docentes e estudantes do 2º ano da licenciatura em Animação Turística, constituído por uma diversidade de atividades e workshops nas vertentes culturais, lúdicas, desportivas e artísticas.
- JORNADAS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA – com a duração de um dia, este evento tem como principal intuito promover as várias práticas profissionais desenvolvidas na área do Turismo e da Animação Turística, dinamizando um conjunto de palestras e atividades.
- DIA GESTÃO DA RESTAURAÇÃO E CATERING – objetivo: dinamizar, expor e informar sobre várias temáticas do ramo da Restauração e demonstrar a um público variado o que é o curso de Gestão da Restauração e Catering, as suas saídas profissionais, entre outros aspetos, promovendo workshops, palestras e exposições.
- DIA DO MARKETING | UM NOVO FUTURO – organizado pelo Curso de Marketing Turístico, tendo como objetivo: apresentar novas tendências do marketing, criação de conteúdos e conceito de neuro marketing.
- TOURISM OPEN DAY – evento de um dia promovido pela ESTM e realizado pela primeira vez em 2023. Ação de sensibilização junto dos alunos do ensino secundário. Realização de várias dinâmicas de grupo.
- CICLO DE SEMINÁRIOS DE EMPREENDEDORISMO 2023. Organizado no âmbito das licenciaturas em Biologia Marinha e Biotecnologia, abertos a toda a comunidade académica, mas também a todos os interessados. Formato híbrido.
- SEMANA DE BM(B) – este é o evento de maior duração na ESTM. Decorre em 4 dias e a organização é da responsabilidade do Núcleo de Estudantes

de Biologia Marinha e Biotecnologia da ESTM. Palestras, workshops e atividades.

- SURFING DAY – organizado pelo curso de Turismo de Surf, este evento de 1 dia promove aula gratuita de surf a estudante e docentes.
- AULA ABERTA – organizadas pelos vários cursos como complemento do plano curricular, são recorrentes ao longo do ano.

## CAPÍTULO IV

---

### PROJETO DE EVENTO ESTM4ALL

O quarto capítulo apresenta a proposta de projeto de tese, no âmbito do mestrado Sustainable Tourism Management, que consiste na apresentação de um projeto de evento que pretende ser um evento de caráter académico destinado a toda a comunidade da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, do Politécnico de Leiria. Iremos abordar a razão pela qual este projeto é proposto (4.1.), elencar os seus objetivos (4.2.), e informar sobre a metodologia seguida (4.3.). Falaremos do público-alvo e *personas* definidas (4.4.), da marca “ESTM4all” (4.5.) e da sua identidade visual (4.5.1.). Apresentaremos o local onde o evento terá lugar (4.6.) e os recursos necessários para a realização do mesmo (4.7.). Abordaremos os canais de divulgação a utilizar na comunicação do evento à comunidade (4.8.), o cronograma (4.9.) e o programa do evento (4.10.), concluindo-se com a estratégia adotada na avaliação do evento e na medição do seu impacto (4.11.).

#### **4.1. Propósito**

Os eventos académicos desempenham um papel crucial na comunidade académica e possuem vários benefícios importantes como a partilha de conhecimento, oportunidades de *networking* entre docentes e discentes, desenvolvimento académico, inspiração, e acima de tudo são originadores de “*community building*”.

Os eventos alavancam a pesquisa, a inovação e a excelência académica, facilitando a troca de ideias e promovendo o crescimento intelectual entre académicos e estudantes. Quando bem-sucedidos, os eventos aportam prestígio à universidade e aos seus membros, contribuindo para a sua valorização local, regional e por vezes internacional.

Este projeto foi idealizado para a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, do Politécnico de Leiria, por ser a escola que a autora deste trabalho frequenta, enquanto estudante de mestrado de *Sustainable Tourism Management*, e pela vontade em deixar um possível contributo à ESTM e deixar um legado que possa ser desenvolvido a nível futuro acrescentando valor à universidade.

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar não tem no seu portefólio um evento que agregue toda a comunidade académica e que reúna num evento único as duas áreas técnicas, pedagógicas e científicas que abrace o Turismo e as Tecnologias do Mar. Nesse sentido, encontrou-se uma oportunidade à qual pretende-se dar resposta com a realização

deste projeto. Posto isso, a proposta é a criação de um evento académico, denominado “ESTM4all”, que complemente a oferta da ESTM e que lhe acrescente valor.

A missão do “ESTM4all” é juntar as duas áreas formativas da ESTM num só evento, com a pretensão de criar uma escola mais inclusiva, mais inovadora, mais criativa e inspiradora. Trata-se de um evento académico a realizar-se nas instalações da ESTM, de acesso gratuito para a comunidade ESTM, em formato apenas físico, com a duração de 3 dias, cujas temáticas pretendem ir ao encontro dos interesses, tanto de alunos, como dos professores.

Apresenta um formato dinâmico e plural, e uma programação inovadora e inspiradora focada nas tendências, em novas abordagens, partilha de conhecimento e *networking*.

A data proposta é uma quinta-feira, sexta-feira e sábado do mês de Maio para que haja tempo para a sua organização no decorrer do ano letivo vigente. Propomos ainda, que não hajam aulas no decorrer do evento. Durante o planeamento do evento esse aspeto será devidamente articulado com a Direção no final do ano letivo antecedente ao ano letivo em que decorrerá o evento, para que o calendário escolar contemple os dias do evento como horas lecionadas tanto para alunos como para docentes.

Pretende-se ainda que o evento seja articulado com os coordenadores dos vários cursos para que os estudantes sejam incentivados a participar num evento que efetivamente se distingue de todos os outros pelo seu formato e características, sendo fulcral a participação de todos.

O ESTM4all adotará práticas e estratégias sustentáveis que minimizarão o seu impacto ambiental, que promovam a responsabilidade social, e que assegurem a sua viabilidade económica. Promoverá ainda a consciencialização sobre práticas de sustentabilidade entre participantes, partilhando informações sobre as iniciativas de sustentabilidade do evento, fornecendo orientações de comportamento ecológico, e incentivando à responsabilidade individual em minimizar o seu impacto no evento.

O ESTM4all tem como visão a construção de uma comunidade ESTM com maior sentido de pertença, mais coesa, onde todos os indivíduos se possam sentir valorizados, apoiados e envolvidos, promovendo a colaboração e o bem-estar coletivo nas principais áreas lecionadas por esta instituição educativa.

## 4.2. Objetivos

O evento ESTM4all tem os seguintes objetivos SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Timed*) a cumprir que se encontram de acordo com a sua tipologia, o seu propósito e o seu público-alvo:

- Objetivo geral:

Contribuir para uma oferta mais completa da ESTM no âmbito dos eventos, respondendo à necessidade de haver um evento que envolva toda a comunidade académica da universidade nas suas duas áreas estratégicas que são o Turismo e as Tecnologias do Mar. O ESTM4all pretende também fortalecer os valores promovidos pela universidade alavancando o sentimento de pertença e de identificação na comunidade. Ser o evento de referência da ESTM, fornecendo inspiração e motivação à comunidade académica apresentando palestrantes conceituados, apresentações inspiradoras e atividades envolventes que despertem a curiosidade intelectual e a paixão pelo conhecimento.

- Objetivos específicos

- Completar a oferta da ESTM no âmbito dos eventos académicos.
- Acrescentar valor à oferta da ESTM
- Aumentar sentimento de pertença à universidade.
- Melhorar o *networking* entre a comunidade académica da ESTM.
- Dar visibilidade aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU.
- Incorporar medidas que reduzam o impacto ambiental do evento.
- Atingir uma taxa de participação de 70% de professores e alunos no evento, cerca de 1200 participantes de um universo de cerca de 1817 docentes e alunos, de acordo com o relatório de atividades da ESTM de 2021.

### **4.3. Metodologia do projeto**

O processo de criação deste projeto seguiu uma metodologia de investigação, pois, segundo Vilelas (2020), os métodos de investigação constituem o alicerce que facilita a orientação, execução e avaliação do processo de investigação.

A palavra metodologia vem do grego, *meta* que significa para além de, *odos*, caminho, *logos*, discurso ou estudo, ou seja, a metodologia consiste em estudar e verificar os vários caminhos possíveis, e analisar um conjunto de procedimentos que possam contribuir para se chegar ao conhecimento. A investigação é percebida como uma atividade básica da ciência, que pretende questionar e analisar a realidade (Vilela, 2020).

Este projeto teve como campo de estudo a Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar e a sua oferta na área dos eventos académicos.

Recorremos a uma investigação qualitativa, utilizando-se como técnicas de recolha de dados a observação direta e a análise documental e bibliográfica. Segundo Ludke e André (1986), a observação é um dos instrumentos básicos para a recolha de dados na investigação qualitativa. Na verdade, é uma técnica de recolha de dados, utilizando os sentidos, de forma a obter informação de determinados aspetos da realidade. Obriga o investigador a um contacto mais direto com a realidade, ajudando-o a identificar e a obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam o seu comportamento (Lakatos & Marconi, 2003; Santos 1999).

Por sua vez, a pesquisa documental consiste num intenso e amplo exame de diversos materiais que ainda não sofreram nenhum trabalho de análise, ou que podem ser reexaminados, buscando-se outras interpretações ou informações complementares, chamados de documentos (Guba & Lincoln, 1981).

Através de uma análise documental listamos e estudamos os eventos já realizados pela ESTM, fizemos um levantamento da estrutura da ESTM e sua oferta formativa, e recolhemos informações sobre a organização do ensino superior em Portugal.

Completamos a investigação com uma pesquisa bibliográfica, que na ótica de Oliveira (Oliveira, 2007), corresponde a uma modalidade de estudo e de análise de documentos de domínio científico, sendo sua principal finalidade o contato direto com documentos relativos ao tema em estudo. Fizemos um levantamento de documentos de domínio científico

referentes ao tema dos eventos e, na sua especificidade, dos eventos académicos, e também referentes ao ensino superior português.

Por fim, salvaguardamos a intenção, de a curto prazo, auscultar a comunidade académica da ESTM, através de inquérito por questionário, para perceber o interesse sobre o tipo de evento que se propõe, assim como, realizar uma entrevista aos elementos de Direção, que por uma questão de tempo, não foi possível realizar por forma a complementar os instrumentos de avaliação qualitativa aplicados. A pesquisa efetuada sobre o Politécnico de Leiria e análise de eventos ocorridos na ESTM, permite-nos considerar de maior importância a existência de um evento que congregue as duas áreas científicas lecionadas na ESTM, resultando nesta proposta de evento – o ESTM4all.

#### **4.4. Público-alvo**

O ESTM4all direciona-se a toda a comunidade académica da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar que constituem os potenciais participantes do evento: docentes e discentes.

Por forma a satisfazer esta necessidade de fazer chegar junto desta comunidade toda a informação referente ao evento (o programa, os temas, as atividades complementares, e os valores do evento), criamos dois públicos-alvo:

- Público-alvo: Docentes

Faixa etária entre os 25 e os 60 anos, maioritariamente proveniente dos distritos de Leiria, Lisboa e Santarém, licenciados, mestres e doutorados nas áreas de turismo e de ciências do mar, com acesso às tecnologias, com elevada cultura geral, experientes e atualizados na área profissional, rendimento mensal entre os 330€ e os 4000€.

- Persona do docente: Daniela Henriques

Idade: 45 anos

Ocupação: professora da licenciatura de Biologia Marinha na ESTM

Habilitações: mestre em Ciências do Mar e da Atmosfera

Estado civil: casada com 1 filho

Motivações: gosta da natureza; ir a museus e exposições; gosta de viajar; estar com a família e amigos; procura manter-se atualizada no âmbito



académico, procura a comunidade académica para troca de ideias e práticas; está conectada nas redes sociais.

Desafios: dispõe de pouco tempo livre, sofre de elevada pressão profissional.

- Público-alvo: Discentes

Faixa etária entre os 17 e os 24 anos, maioritariamente proveniente dos distritos de Leiria, Lisboa e Santarém, e ainda alunos provenientes do estrangeiro. São estudantes nas áreas de turismo e de tecnologias do mar, com acesso às tecnologias, sem rendimentos.

- Persona do discente: Tânia Correia

Idade: 22 anos

Ocupação: estudante da licenciatura de Turismo na ESTM

Habilitações: 12º ano com frequência universitária

Estado civil: solteira

Motivações: gosta da natureza; gosta de viajar; estar com os amigos; está conectada nas redes sociais, gosta de ir a eventos sociais, almeja iniciar a sua vida profissional e ter o seu rendimento, desenvolvimento pessoal, aberta a novidades.

Desafios: incerteza profissional, sofre de pressão académica na obtenção de resultados, rendimentos limitados.

A participação no evento será devidamente comprovada através de um certificado digital (*eco-friendly*), disponível para todos os que se inscreverem no evento.



Figura 6 – Certificado do evento

Fonte: Própria

#### 4.5. Marca

O nome de um evento desempenha um papel significativo na formação da percepção do próprio evento, atraindo participantes e transmitindo o propósito e a identidade do evento. É um elemento essencial das estratégias de *branding*, *marketing* e comunicação de eventos.

Geralmente, o nome do evento é a primeira coisa que as pessoas veem ou ouvem sobre um evento. Ele cria a impressão inicial e define as expectativas. Um nome chamativo e fácil de lembrar gera interesse e curiosidade, atraindo participantes. Deve, também, refletir o propósito, tema e valores do evento, ajudando a diferenciá-lo de outros eventos similares.

Com a escolha do nome “ESTM4all” pretende-se comunicar que é:

- Um evento para todos (“*four all*”; Esc. Sup Tur. Tec. Mar Para Todos)
- Um evento de tipo académico
- Um evento organizado pela Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM),
- Um evento inclusivo para todos e cada um. Isto é, para toda a comunidade académica da ESTM que inclui todos os docentes e discentes de ambas as áreas formativas da escola, juntando, assim, o universo do Turismo com o das Tecnologias do Mar.

- Um evento com conteúdos pluridisciplinares direcionados aos variados interesses transversais da comunidade ESTM.

A sua nomenclatura em inglês trata-se de uma opção estratégica. Os jovens valorizam a possibilidade de comunicarem e de se conectarem com pessoas de diferentes países e culturas, e o inglês facilita essa comunicação global, para além de servir a comunidade estrangeira a estudar na ESTM.

A língua e a cultura inglesa são por norma associadas à modernidade, inovação e tendência. Os jovens geralmente adotam palavras, frases e expressões em inglês no seu dia-a-dia como parte da cultura popular e das interações sociais. Por outro lado, o inglês é o idioma principal usado em pesquisas científicas, publicações académicas e online, o que faz com que seja um idioma apelativo tanto para os jovens como para professores e investigadores.

Por estas razões, atribuir ao evento um nome em inglês aporta uma imagem positiva à universidade, capta um maior interesse em todos os estudantes, os nacionais e os estrangeiros. Aporta ainda, reconhecimento internacional aumentando a sua visibilidade e reconhecimento entre a comunidade académica internacional.

Uma imagem positiva e inovadora é facilitadora de comunicação e gera interesse por parte de parceiros em associarem-se corporativamente a universidade.

#### **4.5.1. Logótipo**

O Logótipo do evento ESTM4all procura ser simples e de fácil leitura para que se adapte a todos os canais, mas sem nunca perder a sua originalidade e o seu elemento identificativo.



Figura 7 – Logótipo do evento

Fonte: Própria

O logótipo do evento ESTM4all procura ser dinâmico uma vez mais para melhor comunicar com o seu público-alvo, disponibilizando, por isso, duas versões da sua identidade.



Figura 8 – Logótipo do evento – versão alternativa

Fonte: Própria

A marca ESTM4all permite esta alteração do posicionamento dos elementos gráficos que a compõem, para que no decorrer das parcerias, nunca surjam dificuldades na apresentação da marca e na comunicação da mesma.

A cor é um elemento de comunicação muito importante. Todas as cores têm significados associados e, por isso, é algo a ter em conta na construção da marca de forma a transmitir o que a marca representa. Neste caso, a paleta principal é amarela e azul, duas cores cujos significados reforçam a génese do evento.

A cor amarela é frequentemente associada a alegria, felicidade, energia, otimismo e criatividade. É uma cor vibrante que pode evocar sentimentos de entusiasmo, esperança e positividade. O amarelo também pode representar a luz do sol, o calor e o brilho, além de ser associado a características como clareza mental, inteligência e comunicação (Pinto, 2023).

Por sua vez, a cor azul é associada a tranquilidade, calma, serenidade, confiança e harmonia. É uma cor que remete ao céu e ao oceano, transmitindo sensações de amplitude e profundidade. O azul também está relacionado à estabilidade, segurança e confiabilidade. Além disso, é frequentemente associado a características como paz, sinceridade, lealdade e intelecto. Essa cor pode ter efeitos relaxantes e refrescantes, além de estimular a criatividade e a concentração (Pinto, 2023). Azul é também a cor identificativa da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, estando presente no seu logótipo. O azul transporta-nos para a cor do mar, sendo identificativo dos cursos de tecnologias do mar. O amarelo, por sua vez, lembra-nos o sol, o verão, as férias, e consequentemente, representa a oferta formativa na área do turismo.

## 4.6. Local

O local do evento ESTM4all será a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, do Instituto Politécnico de Leiria, situada em Peniche.

Peniche é uma cidade costeira localizada no oeste de Portugal, conhecida pela sua ligação à pesca e à indústria do mar. Historicamente, a pesca desempenhou um papel fundamental na economia local, com muitos habitantes de Peniche tradicionalmente envolvidos na atividade pesqueira. Além disso, o mar também desempenhou um papel importante na história de Peniche, especialmente durante o período das Grandes Navegações, quando a cidade era um ponto de partida para diversas expedições marítimas <sup>5</sup>.

Peniche está também historicamente relacionada com o fim de Estado Novo e da luta pela liberdade. A sua Fortaleza, também chamada de Forte de Peniche, serviu como prisão política durante o regime do Estado Novo em Portugal, tornando-se num símbolo da resistência à ditadura e da luta pela liberdade. Hoje em dia, a Fortaleza de Peniche é um espaço museológico que preserva a memória dos presos políticos que por lá passaram. Além disso, Peniche é um destino de excelência para os amantes do surf, que tal como a sua gastronomia a base de peixe e marisco, atrai turistas de várias partes do mundo <sup>6</sup>.

A cidade de Peniche é ainda o ponto continental de acesso ao magnífico arquipélago das Berlengas, um conjunto de três ilhas graníticas, reserva natural a que a UNESCO atribuiu a classificação de Reserva Mundial da Biosfera em 2011 <sup>7</sup>.

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar, do Instituto Politécnico de Leiria, é a única infraestrutura de ensino superior em Peniche.

Para a realização do evento ESTM4All iremos considerar os seguintes espaços físicos da ESTM:

- Auditório com 250 lugares – onde terão lugar as palestras
- Sala das Berlengas – onde terá lugar a feira de emprego
- Biblioteca – para a exposição dos principais livros do Turismo e do Mar
- 3 salas de aula para os workshops

---

<sup>5</sup> As informações sobre Peniche foram com base no sítio - <https://www.cm-peniche.pt>

<sup>6</sup> As informações sobre a Fortaleza de Peniche foram com base no sítio - <https://www.visitportugal.com>

<sup>7</sup> As informações sobre o arquipélago das Berlengas foram com base no sítio - <https://www.cm-peniche.pt>

## 4.7. Recursos

Tal como qualquer outro evento, também o ESTM4all, necessitará de incluir no seu planeamento elementos cruciais à sua realização para além da infraestrutura onde terá lugar. Referimo-nos às pessoas que farão o evento acontecer, às tecnologias necessárias para que tome forma, e ainda às parcerias que contribuem para a sua viabilidade. Em seguida, serão detalhados os recursos necessários à realização do ESTM4all, nomeadamente, recursos humanos, recursos materiais e recursos financeiros.

### 4.7.1. Recursos humanos

As pessoas necessárias à realização do ESTM4all dividem-se em quatro grupos:

- Equipa organizadora: composta por estudantes e professores da ESTM para planeamento, implantação, coordenação e avaliação do evento. A equipa de 19 pessoas, deverá ter 1 docente como leader de equipa, conter 1 professor de cada licenciatura (9) e um aluno de cada licenciatura (9).
- Voluntários: estudantes e professores da ESTM para apoio logístico das várias atividades pré, durante e pós o evento, nomeadamente criação de conteúdo para as redes sociais, produção e implementação de sinalética, receção e encaminhamento de palestrantes convidados, informação aos participantes, apoio técnico, controlo de registos nas sessões.
- Palestrantes: pessoas convidadas e provenientes de diversos espectros científicos com vertente profissional prática exterior a ESTM.
- Animadores: pessoas ou grupos pertencentes a comunidade ESTM ou de fora da escola.
- Apresentadores e moderadores: estudantes da ESTM em que os apresentadores das sessões programadas serão estudantes a frequentar o 2º ano dos cursos, e os moderadores de painel serão estudantes a frequentar o 3º ano dos cursos e um docente.

#### **4.7.2. Equipamento e tecnologia**

A ESTM está equipada com o seguinte equipamento audiovisual e tecnológico que serão necessários ao evento:

- Auditório equipado com ecrã, projetor e som
- Cobertura WiFi
- Todos os espaços interiores dispões de ar condicionado e são devidamente iluminados

A ESTM é apoiada a nível tecnológico pelo departamento de informática do Politécnico de Leiria que, em conjunto com as salas de informática existentes nas suas instalações, servirão de apoio à criação da *webpage* do evento e atualização dos seus conteúdos, à criação e manutenção de perfis sociais do evento online, à supervisão de registos digitais nas sessões, à elaboração de questionário de avaliação pós evento e sua análise, à conceção de material promocional e de sinalética para o evento.

O ESTM4all é um evento de reduzido impacto ambiental, como tal, a impressão de material para o evento restringe-se a sinalética durante o evento e a alguma impressão pontual que seja necessária a que os serviços académicos da escola darão resposta.

#### **4.7.3. Orçamento e Financiamento**

O orçamento do ESTM4all engloba os custos de implementação do evento, apoio institucional e patrocínios de parceiros. É nossa intenção que seja realista e economicamente sustentável.

## Esquematização preliminar do orçamento:


<b>BUDGET</b>					
<b>Receitas</b>	<b>Fatura nº</b>	<b>Valor €</b>	<b>Despesas</b>	<b>Fatura nº</b>	<b>Valor €</b>
Sponsorship Package SOL 350€ x 13		4 550,00	Sessão 1 - Talk 1- 1 keynote speaker		1 000,00
Sponsorship Package MAR 550€ x 10		5 500,00	Sessão 1 - Talk 2 - 1 keynote speaker		1 000,00
Sponsorship Package TOP 750€ x 5		3 750,00	Sessão 1 - Painel - 4 convidados		2 000,00
			Workshop 1 - 1 keynote speaker		1 000,00
			Aguas / café / leite / chá / biscoitos - para 15pax - 9€p.p.		135,00
Parceiro 1		500,00			
Parceiro 2		500,00			
Parceiro 3		500,00	Sessão 2 - Talk 1- 1 keynote speaker		1 000,00
Parceiro 4		500,00	Sessão 2 - Talk 2 - 1 keynote speaker		1 000,00
			Sessão 2 - Painel - 4 convidados		2 000,00
			Workshop 2 - 1 keynote speaker		1 000,00
			Aguas / café / leite / chá / biscoitos - para 15pax - 9€p.p.		135,00
			Sessão 3 - Talk 1- 1 keynote speaker		1 000,00
			Sessão 3 - Talk 2 - 1 keynote speaker		1 000,00
			Sessão 3 - Painel - 4 convidados		2 000,00
			Workshop 3 - 1 keynote speaker		1 000,00
			Aguas / café / leite / chá / biscoitos - para 15pax - 9€p.p.		135,00
			Tuna de estudantes - AmarTuna		200,00
			Feira de Emprego - águas nos expositores - média de 27 mesas / 60 águas x 1,50€		90,00
			Livros Expo - sem custos		
			Atividade: Peniche4All - regime voluntário		
			Divulgação - utilização dos canais já existentes da ESTM		
			Equipa Organizadora composta por 1 líder do projecto (professor), 9 professores e 9 alunos - regime voluntário		
		<b>Total</b>		<b>Total</b>	15 695,00
<b>Fechado a 30 / Junho / 2024</b>		15 800,00		<b>Balanco</b>	105,00
					1%

Fig. 9 – Esquematização de Orçamento do ESTM4all

Fonte: Própria

A sustentação económica do evento será assegurada da seguinte forma:

- Parcerias – angariação de parceiros institucionais e corporativos que aportem valor e credibilidade ao evento ao mesmo tempo que apoiam a nível financeiro, material, ou em serviços na produção do evento.



- Patrocínios – angariação de parceiros corporativos que se identifiquem com os valores e propósito do evento financiando atividades do evento. Neste âmbito serão criados 3 tipos de “*sponsorship package*” a propor aos parceiros, cada um com os seus respetivos benefícios:

	PACOTE SOL	PACOTE MAR	PACOTE TOP
Logo no website	X	X	X
Logo nas redes sociais		X	X
Passe de acesso ao evento	X	X	X
Stand no evento		X	X
Sponsor 1 sessão	X		
Sponsor 2 sessões		X	X
Sponsor 1 painel	X	X	
Sponsor 3 painéis			X
Feira Emprego	X	X	X
	350€	550€	750€

Fig. 10 – Pacotes de patrocínio

Fonte: Própria

## 4.8. Divulgação

A divulgação de um evento é de extrema importância, pois desempenha um papel fundamental em garantir que o evento alcance o seu público-alvo, atinja os seus objetivos e obtenha o máximo de participação e envolvimento. Também que atraia patrocinadores e parceiros e que se diferencie, fatores que são igualmente importantes para o seu sucesso imediato e edições futuras.

É um facto que a divulgação de um evento não é apenas uma etapa necessária, mas uma estratégia crucial para garantir que o evento alcance seus objetivos, atraia participantes e crie um impacto positivo.

Para uma boa comunicação do ESTM4all, a estratégia assenta inicialmente numa divulgação oral dos canais online criados para o evento, por parte da equipa organizadora (constituída por alunos e professores) nas aulas. E, complementada, numa divulgação digital, mais rápida e abrangente, através dos seguintes canais já existentes da própria escola:

- *Webpage* da ESTM – onde se encontram todas as informações sobre a data do evento, o seu programa, onde tem lugar, a equipa organizadora, como fazer o registo nas palestras, os patrocinadores e parceiros do evento.
- Instagram – rede social mais seguida pelo Público-alvo discentes / Persona Tânia Correia. Divulgação continua e consistente do evento, dando destaques ao programa e criando instantâneos no decorrer do próprio evento.
- Facebook – rede social mais seguida pelo Público-alvo docentes / Persona Daniela Henriques. Divulgação continua e consistente do evento, dando destaques ao programa e criando instantâneos no decorrer do próprio evento.
- Perfil no YouTube – rede social transversal aos dois públicos-alvo, que permite divulgar as várias fases da organização do evento (o “*behind the scenes*”), apresentação dos palestrantes, entrevistas aos palestrantes, parceiros e patrocinadores, assim como posterior visionamento das palestras.

Estes mesmo canais de divulgação permitirão, a posterior, ainda informar os participantes dos resultados do evento e o seu impacto.

#### **4.9. Cronograma do projeto**

O cronograma do ESTM4all pretende ser uma representação visual e organizada das atividades, tarefas e marcos que compõem a organização do evento ao longo do tempo, mostrando quando cada atividade deve ser executada, quanto tempo levará e como as diferentes partes do projeto se relacionam entre si.

O cronograma da ESTM4all, aqui apresentado, tem como objetivo principal fornecer uma visão clara das datas de início e término de cada tarefa, permitindo o acompanhamento do progresso, a distribuição de recursos e a gestão eficaz do projeto como um todo.

TAREFA	QUEM	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
<b>Pré-evento</b>											
Sessão 1 - selecção e confirmação de palestrantes	Team 1 1 Prof + 1 Aluno		→								
Sessão 2 - selecção e confirmação de palestrantes	Team 2 1 Prof + 1 Aluno		→								
Sessão 3 - selecção e confirmação de palestrantes	Team 3 1 Prof + 1 Aluno		→								
Patrocinadores e parceiros - angariação / Atividade - implementação	Team 4 1 Prof + 1 Aluno		→								
Voluntários - angariação e distribuição / Workshop 1 - organização	Team 5 1 Prof + 1 Aluno					→					
Divulgação / Workshop 2 - organização	Team 6 1 Prof + 1 Aluno					→					
Feira Emprego - organização	Team 7 1 Prof + 1 Aluno					→					
Recolha e gestão de inscrições nas palestras / Workshop 3 - organização	Team 8 1 Prof + 1 Aluno								→		
Controlo de Budget / Livros Expo - organização	Team 9 1 Prof + 1 Aluno								→		
<b>Durante Evento</b>											
Receção e assistência a palestrantes	Team 1 +2+3									→	
Divulgação / Workshop 2 - apoio	Team 6									→	
Admissão dos participantes nas sessões / Workshop 3 - apoio	Team 8									→	
Coordenação e supervisão ESTM Market	Team 7									→	
Voluntários - coordenação / Workshop 1 - apoio	Team 5									→	
Patrocinadores e parceiros - receção e apoio / Atividade - apoio	Team 4									→	
Controlo de Budget / Livros Expo - apoio	Team 9									→	
<b>Pós-evento</b>											
Distribuição de questionário de feedback a participantes e patrocinadores/parceiros	Team 6 + 8									→	
Tratamento de questionários e resultados	Team 1 + 2 + 3									→	
Agradecimento a participantes	Team 6									→	
agradecimento a patrocinadores/parceiros	Team 4									→	
Mediação de impacto	Team 5 + 7									→	
Fecho do Budget	Team 9									→	
Avaliação final do evento	Todas as Teams									→	

Figura 11 – Cronograma do ESTM4all

Fonte: Própria

#### 4.10. Programa do evento

O programa do ESTM4all tem a duração de 3 dias, nomeadamente, quinta-feira, sexta-feira e sábado do mês de Maio.

As palestras e workshops têm lugar na quinta-feira no decorrer do dia e na sexta-feira até hora do almoço. O programa contempla 6 apresentações individuais de 20 minutos denominadas de “*talks*” (entre as quais 3 serão na língua inglesa), 3 painéis de debate e 3 workshops (todos em língua inglesa).

Pretende-se que os temas do programa sejam de espectro transversal a todos os docentes e discentes da ESTM, que sejam atuais e, ainda, necessários ao desenvolvimento pessoal.

O programa inclui ainda o ESTM *Market*, uma feira de emprego que decorre em ambos os dias, e onde as empresas parceiras do evento terão a oportunidade de divulgarem as suas ofertas de emprego, cultura corporativa e oportunidades de carreira. Ao mesmo tempo, permite que os alunos conheçam as várias empresas, entendam as exigências do mercado de trabalho e apresentem seus currículos pessoalmente.

No sábado, terá lugar uma atividade cultural na forma de um “*pedi-papper*” com o intuito de dar a conhecer a herança histórica de Peniche. Através de um *roadbook*, criado por um grupo de 9 alunos do 2ºAno, 1 de cada uma das 9 licenciaturas, e orientados por um docente do Curso de Animação Turística e um docente do curso de Turismo, dar-se-á a oportunidade de se descobrir a Fortaleza, o peixe, a renda de Bilros, o surf, a Prainha de São Pedro, o Bairro do Visconde, os “Pesqueiros”, os “Amigos de Peniche”, os “esses”.



# ESTM4ALL

## 5ª FEIRA

**09h30 | Boas-vindas**

AmarTuna

Sérgio Leandro / Director ESTM

**09h45/10h15 | Talk: O Líder do futuro**

**10h15/11h15 | Workshop: Mindfulness**

**10h45/11h15 | Talk: A alegria no trabalho**

**11h45/13h00 | Painel "Novas dinâmicas do trabalho"**

**14h30/15h00 | Talk: Voluntariado - Porque sim!**

**15h15/16h15 | Workshop: Economia Circular**

**15h30/16h00 | Talk: Cultura regenerativa - um passo além da sustentabilidade**

**16h30/17h30 | Painel "Sustentabilidade - estará a agenda 2030 em risco? "**

**10h00/17h30 | ESTM MARKET**

Feira de emprego

**10h00/17h30 | LIVROS EXPO**

Exposição de livros de Turismo e do Mar

## 6ª FEIRA

**09h30/10h00 | Talk: O que procuram as empresas**

**10h30/11h00 | Talk: IA - contribuições e impactos no trabalho**

**10h15/11h15 | Workshop: Design Thinking**

**11h30/12h15 | Painel "Alumni: histórias e motivações"**

**12h30/13h00 | Talk: Como vencer!**

**10h00/17h30 | ESTM MARKET**

Feira de emprego

**10h00/17h30 | LIVROS EXPO**

Exposição de livros de Turismo e do Mar

## SÁBADO

**15h00/17h30 - Atividade: Peniche4All**

**Entrada livre mediante inscrição**

**Inscrições e informações - [www.estm4all.pt](http://www.estm4all.pt)**

Figura 12 – Programa do evento

Fonte: Própria

#### **4.11. Avaliação e medição do impacto**

A avaliação de um evento é fundamental para compreender o seu impacto, sucesso e áreas de melhoria. Ela permite aos organizadores obter informações sobre o que funcionou bem e o que pode ser aprimorado em eventos futuros.

Uma das partes mais importantes da avaliação de um evento consiste em obter o feedback direto dos participantes. A organização do ESTM4all fará a recolha desse feedback através de 5 questionários. Um dirigido aos alunos (apêndice 1.1). Outro dirigido aos docentes (apêndice 1.2). Um terceiro dirigido aos parceiros e patrocinadores (apêndice 1.3). Um quarto questionário dirigido aos elementos da equipa organizadora (apêndice 1.4). E ainda um quinto para os palestrantes (apêndice 1.5).

Os questionários fornecerão informações valiosas sobre a qualidade do evento e possíveis melhorias, e abordarão questões como o grau da experiência geral, a qualidade das palestras e dos palestrantes, local e instalações, data do evento, logística, divulgação, programa, organização do evento, e a sustentabilidade.

Será também feita uma monitorização das redes sociais para apurar a aceitação e envolvimento do público em geral, e ainda uma análise do índice de adesão ao evento.

Uma outra etapa da avaliação será contrapor os resultados com os objetivos pré-definidos para o evento, o que permitirá medir a sua performance e índice de sucesso.

Por fim, realizar-se-á uma análise de custo-benefício em que se avalia o investimento financeiro feito no evento em comparação com os resultados alcançados. Isso ajuda a entender se o evento foi financeiramente viável e se o retorno justificou os gastos.

O relatório final de avaliação reunirá todos os resultados em relação aos objetivos, feedback dos participantes, insights sobre áreas de melhoria e sugestões para futuros eventos, e permitirá a organização do ESTM4all tomar ações concretas num próximo evento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os eventos são desde sempre organizados com um propósito específico, que podem variar amplamente em tamanho, formato e finalidade. Eles podem ser sociais, educativos, culturais, profissionais ou recreativos, e desempenham um papel importante em diversas áreas da sociedade.

Por sua vez, os eventos académicos desempenham um papel crucial na disseminação do conhecimento, na promoção do debate intelectual e no avanço das pesquisas. Eles são vitais para o desenvolvimento pessoal da comunidade académica onde se pode compartilhar ideias e perspectivas. Os eventos académicos podem ser verdadeiramente inspiradores, proporcionando um ambiente onde a aprendizagem, a descoberta e a interação podem levar a novas oportunidades. Eles estimulam a mente e podem alimentar a paixão pelo conhecimento.

No âmbito do sistema de ensino superior, os eventos académicos consistem num veículo de aprendizagem ativa inovador, criando um ambiente de aprendizagem mais envolvente, eficaz e alinhado com as exigências constantes da sociedade e do mercado de trabalho. Os eventos académicos são igualmente importantes na formação dos docentes, uma vez que são momentos de partilha e de diálogo entre especialistas auxiliando na formulação de ideias que tanto contribuem para um ensino mais dinâmico e motivador.

O projeto ESTM4ALL é um evento académico criado para a Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, e teve como ponto de partida agregar toda a comunidade académica ESTM, reunindo num evento único as duas áreas técnicas, pedagógicas e científicas que abraçam o Turismo e as Tecnologias do Mar.

Ao juntar as duas áreas formativas da ESTM num só evento, temos também a pretensão de criar uma escola mais inclusiva, mais inovadora, mais criativa e inspiradora. Esta nossa pretensão, levou-nos a delinear a conceptualização teórica e a metodologia do presente projeto.

O “ESTM4all” é um evento académico a realizar-se nas instalações da ESTM, de acesso gratuito para a comunidade ESTM, em formato apenas físico, com a duração de 3 dias, cujas temáticas pretendem ir ao encontro dos interesses, tanto de alunos, como dos professores. Apresenta um formato dinâmico e plural, e uma programação inovadora e inspiradora focada

nas tendências, em novas abordagens, partilha de conhecimento e *networking*. A data proposta é uma quinta-feira, sexta-feira e sábado do mês de Maio, para que haja tempo para a sua organização no decorrer do ano letivo vigente.

Pela revisão de literatura também percebemos que os eventos académicos são veículos de inspiração e conhecimento para as comunidades académicas e científicas, e que as universidades têm um papel preponderante na organização desses eventos, pois eles aportam enorme valor ao processo educativo ao mesmo tempo que promovem uma imagem positiva da instituição. Uma boa imagem da universidade atrai tanto docentes como alunos talentosos, como aproxima o tecido empresarial, elemento crucial para o prestígio da instituição.

Desse modo, docentes e discentes motivados em frequentar eventos académicos, que percecionem o ESTM4ALL como um evento portador de valor, ficarão mais motivados para o seu percurso académico e futuro profissional, criarão uma maior relação afetiva com a escola, e contribuirão para a valorização da imagem da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar.

Este projeto não está, contudo, isento de algumas limitações. Uma das limitações que consideramos importante está relacionada com o facto de o evento ESTM4ALL nunca ter sido realizado, deixando-nos sem informação prévia de comparação e obrigando-nos a correr mais riscos de implementação tanto em relação ao interesse dos temas das palestras, como ao seu formato de 3 dias, também quanto á sua aceitação e adesão de participantes, e ainda quanto aos apoios financeiros a atrair.

Uma outra limitação relaciona-se com o facto do local do evento – a Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar – dispor de uma capacidade física limitada a um auditório para uma máxima de 250 pessoas, o que poderá ser um fator limitador na adesão ao evento. O fato das palestras serem em língua portuguesa consiste em si só numa limitação a abrangência do evento. Os alunos estrangeiros a frequentar a ESTM poderão não conseguir acompanhar os conteúdos.

Acreditamos que o projeto tem margem para crescer nos seguintes âmbitos:

- Patrocinadores a apoiarem funções de catering como *coffee breaks* para todos os participantes ou até mesmo um *cocktail* de encerramento do evento.
- Ampliação do programa do evento, criando sessões paralelas e diversificando os temas, o que contribuirá para uma maior adesão ao evento. O local, apresenta mais



valências para além do auditório principal que podem ser utilizadas na implementação destas sessões paralelas.

- O evento poderá evoluir para um formato híbrido, permitindo aos participantes que por algum motivo não se encontrem disponíveis para participarem de forma física, acompanharem as sessões em simultâneo.

- Introdução de momentos de animação e atividades promovidos por alunos e docentes da ESTM tais como música e yoga.

De uma forma geral, consideramos que o ESTM4ALL reúne as características de um evento académico de excelência, e a sua implementação fará dele o evento de referência da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar, fornecendo inspiração e motivação à comunidade académica apresentando palestrantes conceituados, apresentações inspiradoras e atividades envolventes que despertem a curiosidade intelectual e a paixão pelo conhecimento.

O ESTM4ALL promoverá o desenvolvimento pessoal dos seus participantes, fomentará a coesão e o sentimento de pertença da comunidade académica, e será um complemento a oferta curricular já existente.

Acreditamos que o evento aportará valor nacional e internacional à ESTM e ao Politécnico de Leiria.

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, L., Gonçalves, S., do Ó, J., Rebola, F., Soares, S., & Vieira, F. (2022). *INOVAÇÃO PEDAGÓGICA NO ENSINO SUPERIOR CENÁRIOS E CAMINHOS DE TRANSFORMAÇÃO*. Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior.  
[https://www.cnedu.pt/content/noticias/nacional/Inovacao\\_Pedagogica\\_no\\_Ensino\\_Superior\\_Cenarios\\_e\\_Caminhos\\_de\\_Transformacao.pdf](https://www.cnedu.pt/content/noticias/nacional/Inovacao_Pedagogica_no_Ensino_Superior_Cenarios_e_Caminhos_de_Transformacao.pdf)
- Alves, M. (2015). *ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL: RETRATO SOCIOGRÁFICO*. Sindicato Nacional do Ensino Superior.
- Arroteia, J. (2003). *A rede de formação do ensino superior e a democratização do ensino*.  
<https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/19456/1/V0330102-605-618.pdf>
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.  
<https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Bateh, J., Heaton, C., Arbogast, G. W., & Broadbent, A. (2013). Defining Sustainability In The Business Setting. *American Journal of Business Education (AJBE)*, 6(3), 397–400.  
<https://doi.org/10.19030/ajbe.v6i3.7820>
- Bianchi, E. (2012). *Motivação pessoal e profissional* (Editora Fundação Perseu Abramo, 1ªed.).
- Boggia, A., Massei, G., Paolotti, L., Rocchi, L., & Schiavi, F. (2018). A model for measuring the environmental sustainability of events. *Journal of Environmental Management*, 206, 836–845. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.11.057>
- Bomfim, T. (2021). Novas metodologias de ensino para inovar a sua instituição. *D2L*.  
<https://www.d2l.com/pt-br/blog/novas-metodologias-de-ensino/>
- Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom*. School of Education and Human Development, George Washington University.

- Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'Toole, W. (2012). *Events Management* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080964317>
- Bryant, S., & Gaiko, S. (1998). *DETERMINING SKILLS NECESARY FOR MEETING PLANNERS*. Oklahoma State University.
- Cabral, M. (2006). *ESTUDO DA EXPANSÃO DO SISTEMA DE ENSINO SUPERIOR PORTUGUÊS NAS ULTIMAS DUAS DÉCADAS*. [https://universidade.pt/wp-content/uploads/20161201\\_o\\_sistema\\_de\\_ensino\\_superior\\_portugues.pdf](https://universidade.pt/wp-content/uploads/20161201_o_sistema_de_ensino_superior_portugues.pdf)
- Cabrito, B. (2018). *O ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL: EVOLUÇÃO E POTENCIALIDADES*. <file:///C:/Users/Eventivos/Desktop/PRINT/ES%20%20909-Texto%20do%20artigo-3534-1-10-20181123.pdf>
- Câmara Municipal de Peniche (2023). <https://www.cm-peniche.pt>
- Campos, L. C. de A. M. (2000). *Eventos: Oportunidade de novos negócios*. SENAC Nacional.
- Canton, Marisa. (1997). *Eventos: Da proposta ao planeamento. Coletânea Turismo em Análise. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da USP, v.8, n.1, maio/junho 1997*.
- Carmo, J. D. S., & Do Prado, P. S. T. (2005). Apresentação de trabalho em eventos científicos: Comunicação oral e painéis. *Interação em Psicologia, 9*(1). <https://doi.org/10.5380/psi.v9i1.3293>
- Diferença entre andragogia e pedagogia*. (2022). [Pedagogia ao Pé da Letra]. <https://pedagogiaaopedaletra.com/andragogia-vs-pedagogia/>
- Diferentes tipos de eventos académicos. *Event3*. <https://blog.even3.com.br/diferentes-tipos-de-eventos-academicos/>
- Direção-Geral do Ensino Superior (DGES). (2023). [Webpage]. <https://www.dges.gov.pt/pt>
- Dos Santos, M. B., & Pereira, G. A. M. (2023). METODOLOGIAS PEDAGÓGICAS ATIVAS NO ENSINO SUPERIOR NA CONTEMPORANEIDADE: DESAFIOS E POTENCIALIDADES. *REVISTA CIENTÍFICA COGNITIONIS, 6*(1), 92–107. <https://doi.org/10.38087/2595.8801.179>

- Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.* (2023). <https://www.ipleiria.pt/estm/>
- Felten, P., Gardner, J. N., Schroeder, C. C., Lambert, L. M., & Barefoot, B. O. (2016). *The undergraduate experience: Focusing institutions on what matters most* (First edition). Jossey-Bass.
- George, E. (2022). *10 Benefits of Attending Academic Conferences*. <https://researcher.life/blog/article/benefits-of-attending-academic-conferences/>
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event management & event tourism* (2nd ed). Cognizant Communication Corp.
- Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (4.<sup>a</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429023002>
- Giacaglia, M. C. (2008). *Organização de eventos teoria e prática*. Cengage Learning.
- Goldblatt, J. (1997). *Special events: Best practices in modern event management*. (2<sup>a</sup> ed.) Van Nostrand Reinhold
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). *Effective evaluation: Improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches* (1. edition). Jossey-Bass.
- Heitor, M. (2019). *Pensar o Ensino Superior em Portugal para 2030: Desafios e oportunidades*. Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and Sustainability* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.9774/gleaf.9781315813011>
- Infopedia* (2023). <https://www.infopedia.pt>
- Instituto Politécnico de Leiria* (2023). <https://www.ipleiria.pt/estm/>
- Jones, M. L. (2017). *Sustainable Event Management* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315439723>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2000). *Introdução ao marketing* (4. ed). Livros Tecnicos e Científicos.

- Lakatos, E. M., & Marconi, M. de A. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5. ed). Atlas.
- Ludke, M., & Andre, M. (1986). *Pesquisa em Educação: Abordagens qualitativas*. EPU.
- Matias, M. (2013). *Organização de eventos: Procedimentos e técnicas* (6. ed. rev. e atual). Manole.
- Melo, N. (2000). *F. P. Marketing de eventos. 4 ed. Rio de Janeiro*. Sprint.
- Mendes, J. V. (1991). *Marketing, patrocínio e mecenato*. Texto Editora.
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627–642. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333>
- OECD. (2022). *Review of Inclusive Education in Portugal*. OECD.  
<https://doi.org/10.1787/a9c95902-en>
- Olayemi, O. (2023). Types of Academic and Scientific Events You Need to Know About. *Project Topics*. <https://www.projecttopics.com/blog/types-of-academic-and-scientific-events-you-need-to-know-about/>
- Oliveira, M. (2011). *Introdução a Eventos*. INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA – PARANÁ – EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA.
- Oliveira, M. M. (2007). *Como fazer Pesquisa Qualitativa*. RJ:Vozes.
- Pinto, J. (2023a, junho). *O Que Significa A Cor Azul*. <https://cltlivre.com.br/blog/o-que-significa/o-que-significa-a-cor-azul.html>
- Pinto, J. (2023b, julho). *O Que Significa A Cor Amarela*.  
<https://cltlivre.com.br/blog/significa/o-que-significa-a-cor-amarela.html>
- Raj, R., & Musgrave, J. (2009). *Event management and sustainability*. CABI.
- Relatório de Atividades 2021*. (2021). Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar - Politécnico de Leiria.
- Rudi, V. (2023). Estratégias e ideas del marketing de eventos: La guía del 2023 [Eventtia]. *Eventtia*. <https://www.eventtia.com/es/blog/estrategias-e-ideas-del-marketing-de-eventos-la-guia>
- Santos, A. R. dos. (1999). *Metodologia científica: A construção do conhecimento*. DP & A.

- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Silva, A. (1998). *OS OBJECTIVOS DO PATROCÍNIO AO DESPORTO* [Dissertação]. Universidade Técnica de Lisboa, Faculdade de Motricidade Humana.
- Silva, L., Oliveira, L., Duarte, T., & Barbosa, M. (2021). *A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS CIENTÍFICOS NA FORMAÇÃO ACADÊMICA DO PROFESSOR - CONSIDERAÇÕES SOBRE OS DEZ ANOS DO GRECOMVIDA*. CONEDU - VII Congresso Nacional de Educação.
- Silva, M. (2008). *O Evento como Estratégia na Comunicação das Organizações: Modelo de Planejamento e Organização*. <https://docplayer.com.br/2428914-O-evento-como-estrategia-na-comunicacao-das-organizacoes-modelo-de-planejamento-e-organizacao.html>
- Sverdrup, H., & Stjernquist, I. (Eds.). (2002). *Developing Principles and Models for Sustainable Forestry in Sweden* (Vol. 5). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-015-9888-0>
- Teixeira, M. C. (2015). *As metodologias do ensino superior*. UNICENTRO.
- Van Heerden, C. (2001). *Factors Affecting Decision-Making in South African Sport Sponsorships*. University of Pretoria.
- Vasconcellos, C. (1992). Metodologia Dialética em Sala de Aula. *Revista de Educação AEC*. Brasília.
- Vilelas, J. (2020). *Investigação – O Processo de Construção do conhecimento* (3ª). Edições Silabo.
- Visit Portugal (2023). <https://www.visitportugal.com>
- Vogel, L. (2023, junho 2). 10 event sponsor benefits every brand will love. *Socio Events*. <https://socio.events/blog/event-sponsor-benefits>
- Yeoman, I. (Ed.). (2011). *Festival and events management: An international arts and culture perspective* (1. ed., Reprinted). Elsevier Butterworth-Heinemann.

# APÊNDICES

## Apêndice 1.1. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Alunos

### QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO EVENTO ESTM4ALL - ALUNOS

A tua opinião é importante para nós e são apenas 10 minutos do teu tempo!  
O questionário é anónimo e contribuirá para melhorarmos o evento no futuro.  
Agradecemos a tua colaboração.

\* Indica uma pergunta obrigatória

---

#### SOBRE TI

##### 1. Género

*Marque todas que se aplicam.*

- Feminino
- Masculino
- Outro

##### 2. Idade

*Marque todas que se aplicam.*

- 17 - 20 anos
- 21 - 23 anos
- 24 - 27 - anos
- 27 - 30 anos
- mais de 30 anos

##### 3. És aluno de:

*Marque todas que se aplicam.*

- Licenciatura
- Técnico Superior Profissional
- Mestrado
- Pós-graduação

4. Que ano frequentas?

---

5. Qual o teu curso?

---

**SOBRE A ORGANIZAÇÃO DO EVENTO**

6. Numa escala de 1 a 5, como classificas o evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Muit      Fantástico

7. Indica as 3 coisas que mais gostastes \*

---

---

---

---

8. Indica as 3 coisas que menos gostastes \*

---

---

---

---

9. Numa escala de 1 a 5, como classificas a organização do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Muit      Excelente

10. O evento respondeu às tuas expectativas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Não      Superou as expectativas

11. Numa escala de 1 a 5, como classificas a informação e divulgação do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Nen      Toda a informação

**SOBRE O PROGRAMA DO EVENTO**



12. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre: \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não assistí	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
TALK: O Líder do Futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: A Alegria no Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: Voluntariado - Porque Sim!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: Cultura Regenerativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: O Que Procuram as Empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: IA - Contribuições e Impactos no Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TALK: Como Vencer!	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre: \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não assistí	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
WORKSHOP: Mindfulness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WORKSHOP: Design Thinking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WORKSHOP: Economia Circular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre: \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não assistí	Muito má	Aceitável	Boa	Muito boa
PAINEL: Novas Dinâmicas do Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PAINEL: Sustentabilidade - estará a Agenda2023 em risco?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PAINEL: Alumni - histórias e motivações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre o ESTM Market / Feira de Emprego \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito Boa

16. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre o Livros EXPO \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito boa

17. Numa escala de 1 a 5, qual a tua opinião sobre a atividade PENICHE4ALL

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito boa

18. Consideras que os temas abordados são úteis para o teu desenvolvimento pessoal e profissional?

*Marcar apenas uma oval.*

Não  
 Talvez  
 Sim

**A TUA OPINIÃO CONTA!**

19. Quais as tuas sugestões e comentários sobre o ESTM4ALL? \*

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## Apêndice 1.2. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Docentes

### QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO EVENTO ESTM4ALL - DOCENTES

A sua opinião é importante para nós e são apenas 10 minutos do seu tempo!  
O questionário é anónimo e contribuirá para melhorarmos o evento no futuro.  
Agradecemos a sua colaboração.

\* Indica uma pergunta obrigatória

#### SOBRE SI

##### 1. Género

Marque todas que se aplicam.

- Feminino
- Masculino
- Outro

##### 2. Idade

Marque todas que se aplicam.

- 25 - 30 anos
- 31 - 35 anos
- 36 - 40 anos
- 41 - 45 anos
- 46 - 50 anos
- 51 - 55 anos
- acima dos 55 anos

3. É docente de:

*Marque todas que se aplicam.*

- Licenciatura
- Técnico Superior Profissional
- Mestrado
- Pós-graduação

4. Qual a área de ensino?

\_\_\_\_\_

#### SOBRE A ORGANIZAÇÃO DO EVENTO

5. Numa escala de 1 a 5, como classifica o evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Muito      Fantástico

6. Indica as 3 coisas que mais gostou \*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Indica as 3 coisas que menos gostou \*

---

---

---

---

---

8. Numa escala de 1 a 5 , como classifica a organização do evento? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Muito      Excelente

9. O evento respondeu às suas expectativas? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não      Superou as expectativas

10. Numa escala de 1 a 5, como classifica a informação e divulgação do evento? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Nen      Toda a informação

#### SOBRE O PROGRAMA DO EVENTO

11. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre: \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não assisti	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>TALK: O Líder do Futuro</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: A Alegria no Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Voluntariado - Porque Sim!</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Cultura Regenerativa</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: O Que Procuram as Empresas</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: IA - Contribuições e Impactos no Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Como Vencer!</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre: \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Não assisti	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>WORKSHOP: Mindfulness</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>WORKSHOP: Design Thinking</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>WORKSHOP: Economia Circular</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre: \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Não assisti	Muito má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>PAINEL: Novas Dinâmicas do Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>PAINEL: Sustentabilidade - estará a Agenda2023 em risco?</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>PAINEL: Alumni - histórias e motivações</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre o ESTM Market / Feira de Emprego \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito Boa

15. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre o Livros EXPO \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito boa

16. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre a atividade PENICHE4ALL

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Muito boa

17. Considera que os temas abordados são úteis para o seu desenvolvimento pessoal e profissional?

*Marcar apenas uma oval.*

Não  
 Talvez  
 Sim

**A SUA OPINIÃO CONTA!**

18. Quais as suas sugestões e comentários sobre o ESTM4ALL? \*

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## Apêndice 1.3. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Sponsors/Parceiros

### QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO EVENTO ESTM4ALL - SPONSORS/PARCEIROS

A sua opinião é importante para nós e são apenas 10 minutos do seu tempo!  
O questionário contribuirá para melhorarmos o evento no futuro e melhor servirmos as  
suas expectativas.  
Agradecemos a sua colaboração.

\* Indica uma pergunta obrigatória

#### 1. E-mail \*

\_\_\_\_\_

#### SOBRE SI

#### 2. Género

*Marque todas que se aplicam.*

- Feminino
- Masculino
- Outro

#### 3. Idade

*Marque todas que se aplicam.*

- 25 - 30 anos
- 31 - 35 anos
- 36 - 40 anos
- 41 - 45 anos
- 46 - 50 anos
- 51 - 55 anos
- acima dos 55 anos



4. Empresa de que faz parte: \*

---

5. Indique o seu cargo na empresa

---

**SOBRE O EVENTO**

6. Numa escala de 1 a 5, como classifica o evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Frac      Fantástico

7. Indica as 3 coisas que mais gostou \*

---

---

---

---

8. Indica as 3 coisas que menos gostou \*

---

---

---

---

9. Numa escala de 1 a 5 , como classifica a organização do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

10. O evento respondeu às suas expectativas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Superou as expectativas

11. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre as temáticas apresentadas no evento?

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

12. Considera que os temas abordados vão ao encontro das necessidades das empresas a nível do enriquecimento pessoal e profissional de futuros colaboradores?

*Marcar apenas uma oval.*

Não  
 Talvez  
 Sim

13. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre a qualidade dos oradores do evento? Caso não tenha assistido às sessões, avance no questionário

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente qualidade

14. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre o ESTM Market / Feira de Emprego \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Muito Boa

15. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre o Livros EXPO? Caso não tenha visitado, avance no questionário

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

16. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre a atividade PENICHE4ALL. Caso não tenha participado, avance no questionário

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

## SOBRE A COLABORAÇÃO DA SUA EMPRESA NO EVENTO

17. É a primeira vez que apoia um evento da ESTM? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Não

Sim

18. Numa escala de 1 a 5, como classifica a sua experiência colaborativa neste evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Frac      Excelente

19. Numa escala de 1 a 5, como classifica os sponsorship packages a nível das suas inclusões? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Frac      Excelentes

20. Numa escala de 1 a 5, como classifica os sponsorship packages a nível do preço? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Disp      Razoáveis

21. Qual o objectivo principal da sua participação neste evento? \*

---

---

---

---

---

22. Participaria numa nova edição do ESTM4ALL? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Talvez

**A SUA OPINIÃO CONTA!**

23. Quais as suas sugestões e comentários sobre o ESTM4ALL? \*

---

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## Apêndice 1.4. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Organizadores

### QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO EVENTO ESTM4ALL - ORGANIZADORES

A sua opinião é importante para nós e são apenas 10 minutos do seu tempo!  
O questionário contribuirá para melhorarmos o evento no futuro.  
Agradecemos a colaboração.

\* Indica uma pergunta obrigatória

---

1. E-mail \*

---

SOBRE SI

2. Marca o que se aplica \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Aluno  
 Professor

3. Género \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Feminino  
 Masculino  
 Outro

4. ALUNO - Indicar curso e ano? \*

---

5. PROFESSOR - indicar a area de estudo que leciona

---

6. Qual a Team de que fazia parte \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Team 1
- Team 2
- Team 3
- Team 4
- Team 5
- Team 6
- Team 7
- Team 8
- Team 9

#### SOBRE O EVENTO

7. Numa escala de 1 a 5, como perceciona o resultado final do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Muit      Fantástico

8. Quais as 3 coisas que mais gostou? \*

---

---

---

---

9. Quais as 3 coisas que menos gostou? \*

---

---

---

---

---

**SOBRE A ORGANIZAÇÃO DO EVENTO**

10. Considera que o cronograma do evento era realista? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

11. Numa escala de 1 a 5, como classifica a distribuição das tarefas pelas 9 equipas de trabalho? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5 6 7 8 9

---

Longo           Perfeita

12. Numa escala de 1 a 5, como classifica o número de recursos humanos dedicados a organização do evento? \*

*Marque todas que se aplicam.*

Insuficiente

Suficiente



13. Os voluntários foram uma mais valia na organização do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Outro: especifique -

14. As instalações utilizadas na realização do evento foram suficientes? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Outro: especifique -

15. O equipamento técnico disponível pela ESTM foi suficiente para uma boa implementação do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Outro - especifique

16. Indique os maiores desafios com que se deparou na preparação e/ou no decorrer do evento \*

---

---

---

---

---

17. Numa escala de 1 a 5, como classifica a liderança do grupo de trabalho? \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
não	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excecional

#### SOBRE O PROGRAMA DO EVENTO

18. Numa escala de 1 a 5, como classifica as Talks: \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Não assisti	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>TALK: O Líder do Futuro</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: A Alegria no Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Voluntariado - Porque Sim!</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Cultura Regenerativa</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: O Que Procuram as Empresas</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: IA - Contribuições e Impatos no Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>TALK: Como Vencer!</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Numa escala de 1 a 5, como classifica os workshops: \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Não assisti	Muito má	Má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>WORKSHOP: Mindfulness</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>WORKSHOP: Design Thinking</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>WORKSHOP: Economia Circular</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Numa escala de 1 a 5, como classifica os painéis: \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Não assisti	Muito má	Aceitável	Boa	Muito boa
<b>PAINEL: Novas Dinâmicas do Trabalho</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>PAINEL: Sustentabilidade - estará a Agenda2023 em risco?</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>PAINEL: Alumni - histórias e motivações</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Numa escala de 1 a 5, qual a opinião sobre o ESTM Market / Feira de Emprego \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não      Muito Boa

22. Numa escala de 1 a 5, qual a opinião sobre o Livros EXPO \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não      Muito boa

23. Numa escala de 1 a 5, qual a opinião sobre a atividade PENICHE4ALL

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não      Muito boa

A SUA OPINIÃO CONTA!

24. Quais as suas sugestões e comentários sobre o ESTM4ALL? \*

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## Apêndice 1.5. Questionário de avaliação do evento ESTM4ALL – Palestrantes

### QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO EVENTO ESTM4ALL - PALESTRANTES

A sua opinião é importante para nós e são apenas 10 minutos do seu tempo!  
O questionário contribuirá para melhorarmos o evento no futuro.  
Agradecemos a sua colaboração.

\*Indica uma pergunta obrigatória

---

1. E-mail \*

---

SOBRE SI

2. Género

*Marque todas que se aplicam.*

- Feminino
- Masculino
- Outro

3. Idade

*Marque todas que se aplicam.*

- 25 - 30 anos
- 31 - 35 anos
- 26 - 40 anos
- 41 - 45 anos
- 46 - 50 anos
- 51 - 55 anos
- acima dos 55 anos

4. Qual a sua formação académica? \*

\_\_\_\_\_

**SOBRE O EVENTO**

5. Numa escala de 1 a 5, como classifica o evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5

Frac      Fantástico

6. Indica as 3 coisas que mais gostou \*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Indica as 3 coisas que menos gostou \*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. Numa escala de 1 a 5 , como classifica a organização do evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

9. O evento respondeu às suas expectativas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Não      Superou as expectativas

10. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre as temáticas apresentadas no evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

11. Considera que os temas abordados vão ao encontro das necessidades das empresas a nível do enriquecimento pessoal e profissional de futuros colaboradores? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Não  
 Talvez  
 Sim

12. Numa escala de 1 a 5, como classifica a importância do ESTM4ALL na formação de alunos e professores? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5  
Pou      Extremamente importante

13. Numa escala de 1 a 5, qual a sua opinião sobre o Livros EXPO? Caso não tenha visitado, avance no questionário

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

#### SOBRE A COLABORAÇÃO NO EVENTO

14. É a primeira vez que participa como palestrante num evento da ESTM? \*

Marcar apenas uma oval.

Não  
 Sim

15. Numa escala de 1 a 5, como classifica as instalações físicas e técnicas do evento? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5  
Frac      Excelentes

16. Numa escala de 1 a 5, como classifica a sua experiência colaborativa neste evento? \*

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5  
Frac      Excelente

#### A SUA OPINIÃO CONTA!

17. Quais as suas sugestões e comentários sobre o ESTM4ALL? \*

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários