

3^a
edição

criar ciência & fazer inovação

made in Lusófona



Relatório Final



Índice

1. Enquadramento	4
1.1. Novidades	5
1.1.1. Flash presentations of PhD students	5
1.1.2. Book of abstract	6
1.1.3. Página web	8
2. Disseminação do Evento	9
2.1. Comunicação Interna	10
2.1.1. Convite Institucional	10
2.1.2. Disseminação nas UI&DS	11
2.1.3. Disseminação nas UO	12
2.2. Comunicação Externa	12
2.2.1. Redes Sociais	13
2.2.2. Book of Abstract	14
2.2.3. Página Web	14
2.2.4. Newsletter	15
2.2.5. Oradores	16
2. Análise	16
2.1. Análise Geral	16
2.2. Análise Inquérito de Satisfação	18
2.3. Análise das Redes Sociais	21
3. Análise SWOT	24
4. Principais Conclusões	25

Lista de Abreviaturas

FCT: Fundação para a Ciência e a Tecnologia

IES: Instituições de Ensino Superior

ILIND: Instituto Lusófono de Investigação e Desenvolvimento

PMO: *Project Management Office*

RS: Redes Sociais

UI&D: Unidades de Investigação e Desenvolvimento

UO: Unidades Orgânicas

1. Enquadramento

O Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona é um evento semestral que pretende promover uma dinâmica de agregação, alavancar o valor criado pelo conjunto das Unidades Orgânicas (UO) e Unidades de Investigação e Desenvolvimento (UI&D) e apresentar os serviços de apoio à investigação que integram a ULusófona.

Após o sucesso das edições anteriores, o Instituto Lusófono de Investigação e Desenvolvimento (ILIND) organizou a 3ª Edição.

- Dia: 3 de setembro de 2024
- Horário: Das 14h00 às 17h30
- Localização: Auditório José Araújo c/ transmissão online
- Preço / Custo: Gratuito



Figura 1. Fotografias da 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona

Nesta edição pretendeu-se apresentar os novos trabalhos de investigação do CICANT, Civil Research Group, HEI-Lab e INTREPID Lab. O serviço de apoio à investigação representado nesta edição foi a biblioteca, que apresentou a plataforma PURE. Escolha esta opção devido ao facto de esta ser uma ferramenta particularmente útil, para gerar relatórios e evidências relacionadas com a investigação, que pode ser utilizada no âmbito da avaliação da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), em candidaturas a *rankings*, candidaturas a financiamento, entre outros – Agenda infra.

Horário	Evento
14h00	Apresentação e Boas Vindas Ana Cristina, Diretora-Burocrática do ILIND
14h15	Abertura dos trabalhos de 2023-2024 Manuel José Domingo, Diretor do ILIND
14h30	Flash presentations of PhD students (JURIA, MB LAB, CICAM, CIBIO, CEAR)
15h40	REFLECT 4 Pedro Marques Guedes, IETRIPI
15h30	COFFEE BREAK
15h40	Workshop CDOH OFFICE, HELLIO
16h10	INTENT Irenei Markovic, Civil Research Group
16h30	CIBIO
16h30	Cela Guedes, CICAM
16h40	Para fortalecer o gestão de informação para a Investigação-Intercultural
17h00	João Carvalho, Diretor da Biblioteca
17h10	Sessão de encerramento Diana ENIG, Presidente para o ILIND

Figura 2. Agenda da 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona

1.1. Novidades

1.1.1. *Flash presentations of PhD students*

Nesta 3ª. edição criaram-se as *Flash presentations of PhD students*.

Os estudantes de Doutoramento da Universidade Lusófona tiveram entre 3 a 5 minutos para comunicar a sua tese. Este desafio tem como objetivo aprimorar as competências de comunicação dos estudantes, destacar a importância e o impacto dos seus trabalhos e promover a interdisciplinaridade.



Figura 3. Fotografias das *Flash presentations of PhD students*

1.1.2. Book of abstract

Nesta edição, e tendo por base as sugestões previamente facultadas pelos participantes através do inquérito de edições anteriores, foi desenvolvido um *book of abstract* - Figura 4.



Figura 4. *Book of abstracts*

A criação de um *book of abstract* é uma prática recorrente em eventos científicos que oferece inúmeros benefícios para os organizadores, os oradores e para os participantes. Este documento que foi elaborado e disseminado antes do evento pretendeu:

- Facultar um documento oficial do evento

O *book of abstracts* tornou-se um documento oficial e permanente do evento. Este documento que compilou todos os trabalhos científicos a serem apresentados, tanto pode ser uma referência presente como futura, pelo que os interessados nos temas podem pesquisar quando lhes for mais oportuno.

Para os organizadores, a elaboração deste documento demonstra um alto nível de organização e profissionalismo. É um sinal de que o evento é bem estruturado e que se preocupa com a experiência dos participantes e com a disseminação do conhecimento.

- Facilitar a consulta e a escolha das sessões

O Criar Ciência e Fazer Inovação *made in Lusófona* é um evento transdisciplinar, visto que pretende apresentar os mais recentes trabalhos científicos das diversas áreas do

Ensino Lusófono. Todavia, um dos comentários previamente realizados é que a identificação do título não seria suficiente para a compreensão do tema das sessões. Nesse sentido, o *book of abstracts* foi elaborado de modo a facilitar a consulta e a seleção das apresentações de maior interesse. Com os resumos organizados num único documento, os participantes podem planear sua agenda com antecedência e escolher as sessões que desejam assistir.

- Dar visibilidade aos autores

Para os autores, ter um resumo publicado num *book of abstracts* pode ser deveras importante pois pode ser uma mais valia num momento de avaliação académica, ajuda na progressão de carreira e/ou facilita a obtenção de bolsas de pesquisa.

Paralelamente, este documento pode ser utilizado como uma referência futura por diversos investigadores, estudantes e profissionais que desejam entender o estado atual da arte em determinada área científica.

- Apoiar a publicação

Um *book of abstracts* pode servir como um primeiro passo para a publicação de um artigo completo, incentivando os autores a desenvolverem seus resumos em trabalhos mais substanciais.

- Apoiar e promover a comunicação e divulgação do evento

A comunicação do evento é um dos principais focos estratégicos deste evento e este documento é uma nova ferramenta de comunicação e divulgação do Criar Ciência e Fazer Inovação.

O *book of abstracts* foi disseminado antes, durante e após o evento, em formato digital, ajudando a atrair mais participantes.

- Facilitar o *networking* e colaboração

O *book of abstracts* torna-se um registo consolidado dos diversos projetos de investigação e inovação apresentados no evento. Este documento permite que o conhecimento produzido seja acessível a todos os participantes e interessados. Como tal, os participantes podem identificar investigadores com interesses semelhantes, facilitando oportunidades de *networking* e colaboração futura.

Simultaneamente, os autores têm a chance de incrementar a sua visibilidade dentro da comunidade científica, o que pode levar a colaborações e convites para outros eventos e/ou publicações.

1.1.3. Página web

Durante a preparação da terceira edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona também se decidiu criar uma página web dedicada a este evento. Esta página encontra-se situada dentro do *website* do ILIND - UO responsável pela gestão e organização deste evento.

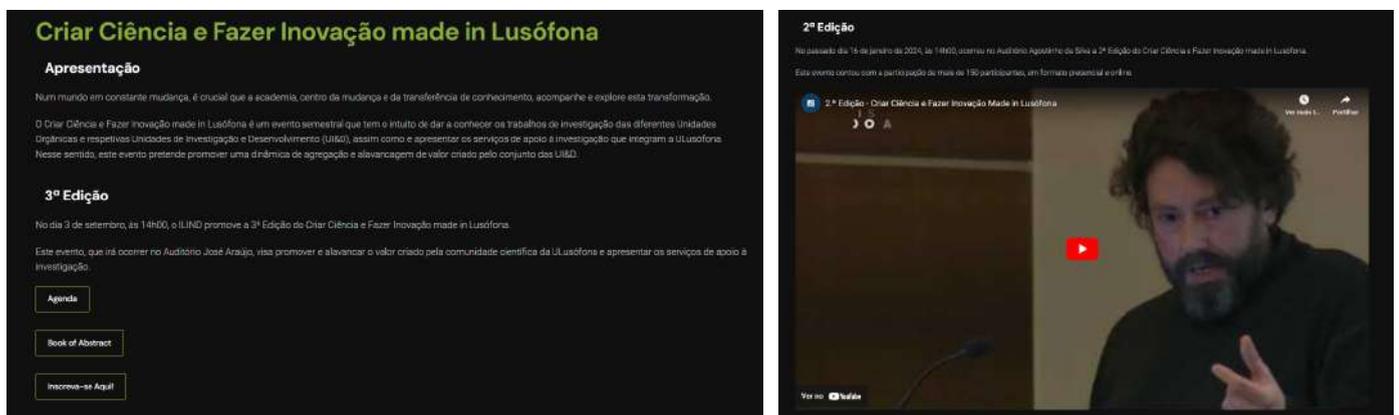


Figura 5. Página web do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona

O intuito e, consequentemente, os principais benefícios para esta criação foram:

- Centralização da Informação

Esta página torna-se o ponto central onde estão compiladas todas as informações relevantes e podem ser facilmente acedidas por todos os interessados. Esta página para além de se centrar muito na edição atual do evento também pretende ser um repositório das edições passadas.

- Incremento da Visibilidade e Alcance

Esta página permitirá o incremento da visibilidade e alcance do evento, mas também do ILIND. Ao estar inserido num *website* este evento vai chegar a mais pessoas de

diferentes UO, Instituições de Ensino Superior (IES) e, inclusive, países. O que aumentará significativamente o número de possíveis inscritos.

Para o ILIND, a criação desta página também é uma mais valia visto que é um modo de expandir o conteúdo, apresentar (indiretamente) os seu serviços, melhorar o *ranking* em motores de pesquisa o que irá atrair, conseqüentemente, mais visitantes e disseminar novos conteúdos.

- Comunicação e Atualizações em Tempo Real

Esta página irá permitir a atualização em tempo real o que fará com que todos os interessados estejam sempre informados sobre possíveis mudanças, como é o exemplo da agenda.

- Melhoria da Experiência do Participante

Com uma página bem estruturada, os participantes podem pesquisar facilmente pelas informações, inscrever-se no evento de forma direta e fácil, encontrar documentos de apoio e relembrar as edições passadas.

- Branding e Profissionalismo

Uma página bem construída contribui para a imagem profissional do evento, ajudando a fortalecer a marca e a credibilidade do evento perante o público-alvo.

- SEO e Marketing

A criação de novas páginas ajuda a atrair mais visitantes através das pesquisas orgânicas *online*. Além disso, podem servir como base para estratégias de *marketing* digital.

2. Disseminação do Evento

A disseminação de um evento é crucial para garantir seu sucesso e alcançar os objetivos estabelecidos. Nesse sentido, foi realizado um plano estratégico de comunicação que pretendia atrair o público, maximizar o impacto do evento, incrementar a visibilidade, gerar conteúdos para as redes sociais (RS) e, conseqüentemente, aumentar o *engagement* e número de participantes. Esta plano repartiu-se em comunicação interna e comunicação externa.

2.1. Comunicação Interna

A comunicação interna é o conjunto de práticas, processos e ferramentas utilizadas por uma organização para facilitar a troca de informações, ideias e mensagens entre seus colaboradores e departamentos. Esta comunicação iniciou-se com o envio de um convite institucional e, posteriormente, com uma mensagem personalizada para as diferentes UI&Ds e UO.

2.1.1. Convite Institucional

Com o apoio do departamento de Marketing e Comunicação foi enviado dois emails para todos os colaboradores da ULusófona - Lisboa, ULusófona - Porto e IPLUSO . Primeiramente um *save the date* e depois o convite formal.



Figura 6. Convite Institucional

A partilha deste primeiro convite realizou-se no pretérito dia 13 de agosto de 2024, de modo a que as pessoas tivessem tempo para realizar a sua inscrição. Aquando comparado com edições anteriores, esta partilha foi antecipada visto encontrarmo-nos no período de interrupção letiva. O segundo convite foi realizado uma semana antes do evento.

2.1.2. Disseminação nas UI&DS

Apesar do envio do convite institucional decidiu-se ter uma abordagem mais próxima junto das diferentes Unidades, Polos e Grupos de Investigação do Ensino Lusófono. Para tal, foi enviado um email para todos os diretores e gestores de ciência.



Figura 7. Email para Diretores e Gestores de Ciência de Unidades, Polos e Grupos de Investigação

Este pedido foi reforçado, uma semana mais tarde, através do grupo Teams dos Gestores de Ciência.



Figura 8. Publicação no Grupo Teams “ILIND & Gestores de Ciência”

O objetivo destas partilhas era que origina-se uma disseminação mais pessoal e intensiva junto dos investigadores.

2.1.3. Disseminação nas UO

A última fase da comunicação interna foi o reforço da existência do evento junto das UO. Uma semana após o envio do convite institucional, o ILIND remeteu um email para todos os endereços eletrônicos departamentais a convidar para a participação no Criar Ciência e a agradecer o contributo e a dedicação contínua de todos para oferecer o que de melhor se faz no Ensino Lusófono.



Figura 9. Email para Endereços Eletrônicos Departamentais da Universidade Lusófono

2.2. Comunicação Externa

A comunicação externa é o conjunto de práticas, processos e ferramentas utilizadas para comunicar com um público alvo fora da organização. Esta foi a tipologia de comunicação mais empregue na disseminação da 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófono, visto que esta comunicação não exclui o público interno. A comunicação externa acaba por ser uma comunicação mais macro porque tanto alcança o público interno (que segue o ILIND e a ULusófono) como o público externo. O intuito desta comunicação foi transmitir informações, construir relacionamentos, promover a imagem do evento e, inclusive, da organização. Para tal realizou-se diversas estratégias de marketing digital, mais concretamente uso das RS, envio de emails e criação de plataformas digitais.

2.2.1. Redes Sociais

Devido ao sucesso que o plano estratégico extensivo para as redes demonstrou ter na 2ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona, foi realizado um plano semelhante para a 3ª Edição.

O plano de comunicação, que durou 1 mês (30/07/2024 a 04/09/2024), tinha o intuito de fazer uma disseminação contínua do evento. Para tal, durante este período foram realizadas duas publicações semanais nas RS: Facebook e LinkedIn. Devido às características do Instagram decidiu-se comunicar esta informação através de *stories*.

Data	Tópico
30/07/2024	<i>Save The Date</i>
01/08/2024	Apresentação do Criar Ciência
06/08/2024	Apresentação da Novidade: <i>Flash presentations of PhD students</i>
08/08/2024	Projeto HD-ICE 4
12/08/2024	Projeto Weartolerance
14/08/2024	Projeto INTENT
20/08/2024	Projeto ClimAID
22/08/2024	Pure: Ferramenta de gestão de informação para a investigação
27/08/2024	<i>Gentle reminder Countdown (1 semana)</i>
29/08/2024	<i>Book of abstracts</i>
03/09/2024	<i>Gentle reminder Dia do Evento</i>
04/09/2024	<i>Overview do evento</i>

Tabela 1. Planeamento das RS

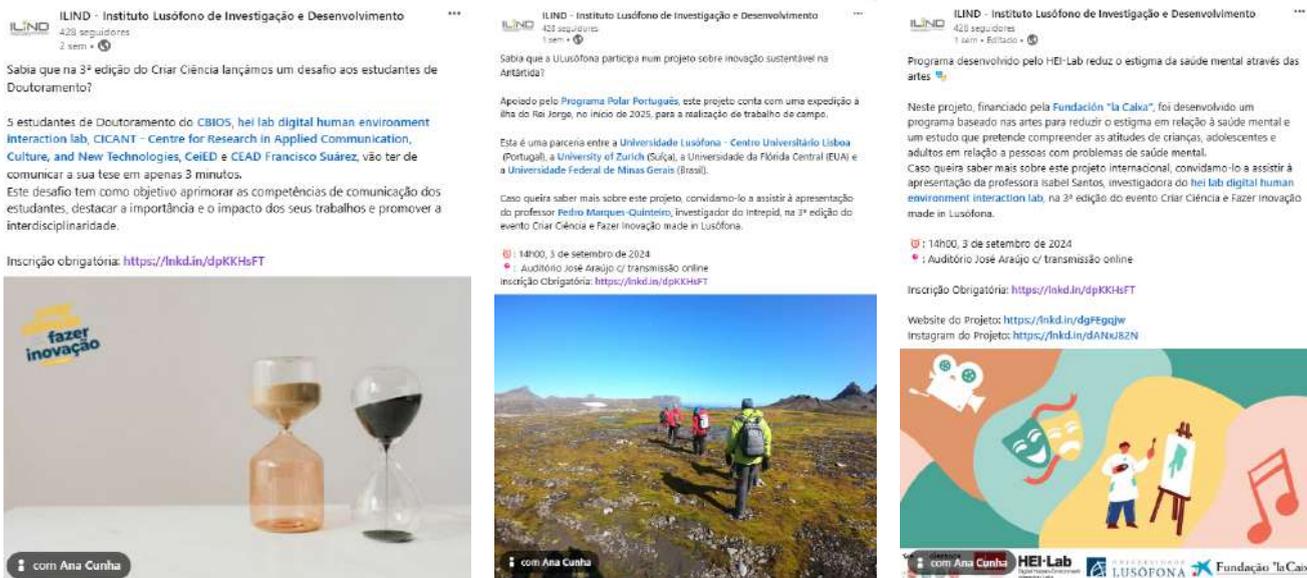


Figura 10. Exemplo de publicações realizadas nas RS

2.2.2. Book of Abstract

Foi desenvolvido pela primeira vez um book of abstract que foi disseminado nas plataformas da Universidade Lusófona e do ILIND.

2.2.3. Página Web

Este projeto tanto foi disseminado no website da Universidade Lusófona como do ILIND.



Figura 11. Página do Website da Universidade Lusófona

2.2.4. Newsletter

À semelhança da última edição, foi desenvolvido um *special issue* da *newsletter* do ILIND totalmente dedicada ao evento.

A diferença é que apostámos num *layout* mais apelativo. Para tal, foram inseridos diferentes tipos de conteúdos, tais como imagens, vídeos e texto.

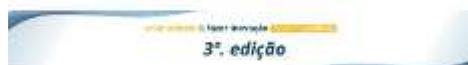
Este envio permitiu que novas pessoas tivessem conhecimento do evento.



Já conhece o Criar Ciência?

Muito mais em constante mudança, é crucial que a academia, centro da mudança e da transferência de conhecimentos, acompanhe e explore esta transformação.

O Criar Ciência e Fazer Inovação made in Lusófona pretende promover um diálogo de aproximação, promover o saber criado pelo conjunto das Unidades Orgânicas (UO) e Unidades de Investigação e Desenvolvimento (UID) e apresentar as vertentes de apoio à investigação que integram a ULusófona.



Após o sucesso das primeiras edições, o ILIND organiza a 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação made in Lusófona.

- Data: 3 de setembro de 2024
- Horário: 14h00 às 17h00
- Local: Auditório Aguiar de Silva da Universidade Lusófona – Centro Universitário Lisboa

Esta edição pretende dar a conhecer os trabalhos de investigação das seguintes UIDs:



Novidades - Flash presentations of PhD students

Nesta 3ª edição vamos ter pela primeira vez as Flash presentations of PhD students. Os estudantes de Doutoramento vão ter de comunicar a sua tese em apenas 3 minutos. Este desafio tem como objetivo aprimorar as competências de comunicação dos estudantes, destacar a importância e o impacto dos seus trabalhos e promover a interdisciplinaridade.



Inscrições Obrigatórias

Figura 12. ILIND | Special Issue (Criar Ciência)

2.2.5. Oradores

Com a criação de uma nova edição é sempre desenvolvida uma nova identidade visual. Nesta edição, para além da disseminação por parte do ILIND foi solicitada a partilha por parte dos oradores. Para tal, após toda a documentação de suporte estar elaborada foi partilhada com os mesmos - agenda, *book of abstracts* e *banners*.



Figura 13. Identidade da 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona

2. Análise

2.1. Análise Geral

Na 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófona a maior parte dos participantes preferiu o formato *online*, com uma taxa de conversão (inscritos vs participantes) superior à dos eventos presenciais. Esta discrepância pode estar relacionada com o facto de termos iniciado a comunicação durante o período de férias escolares e alguns inscritos, no momento da inscrição, ainda não terem as suas agendas fechadas para o começo do ano letivo. Sem embargo, de um modo geral, o número de participantes foi superior ao número de inscritos - Consultar figura 14.

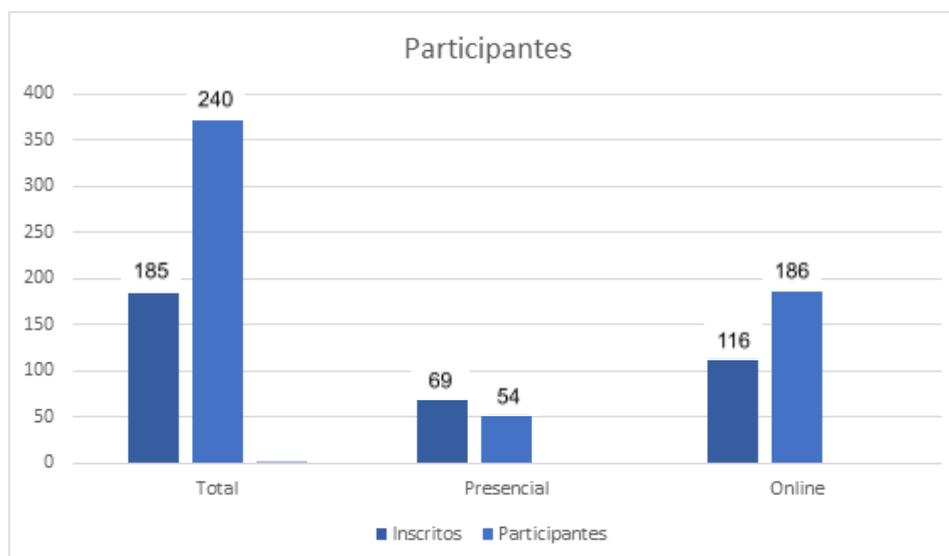


Figura 14. Participação da 3ª Edição

Quando comparando os valores ao longo das edições, tem existido um crescimento de evento para evento. A preferência tem sido continuamente o formato *online*, tendo existido um crescimento mais expressivo da 2ª para a 3ª edição. Esta propensão pode estar relacionada com a flexibilidade que esta tipologia fornece.

Este incremento contínuo é um reflexo do sucesso deste evento, das estratégias de divulgação e da sua relevância no contexto atual. Este crescimento também demonstra o interesse da comunidade do Ensino Lusófono em saber o estado dos projetos científicos desenvolvidos.

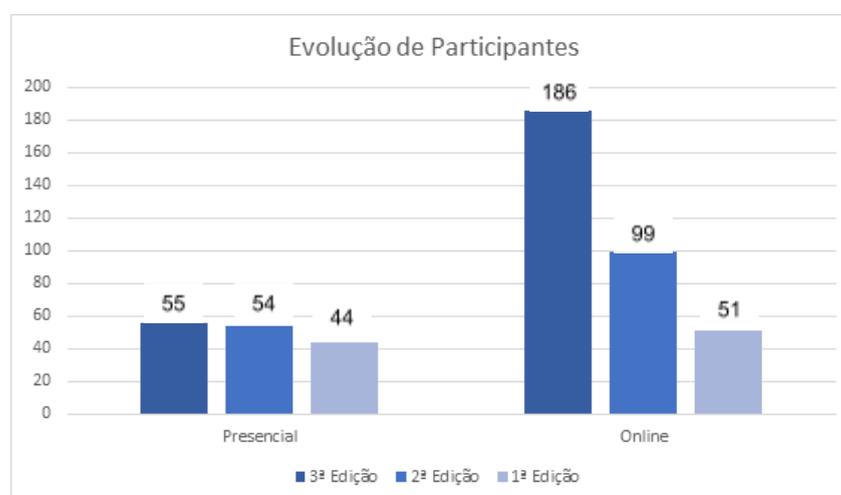


Figura 15. Evolução de Participantes

No momento da inscrição alguns participantes identificaram a sua UI&D de acolhimento. As unidades que tiveram maior representatividade foram o CeiED, o CBIOS e o CICANT. Esta predominância por parte dos investigadores dos CeiED pode ser justificada pela comunicação complementar que o centro fez relativamente a este evento - disseminação na sua *newsletter* e nas RS.

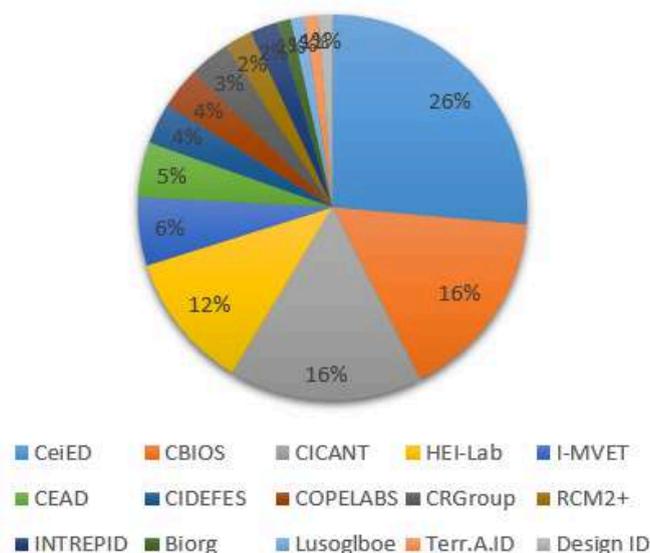


Figura 15. Participantes por UI&Ds

2.2. Análise Inquérito de Satisfação

As pessoas que responderam ao inquérito de satisfação (n=25) participaram todas no evento presencialmente, apesar de já irem com expectativas elevadas (68%) (consultar figura 16) terminaram esta sessão com uma satisfação ainda maior (100%) (consultar figura 17).

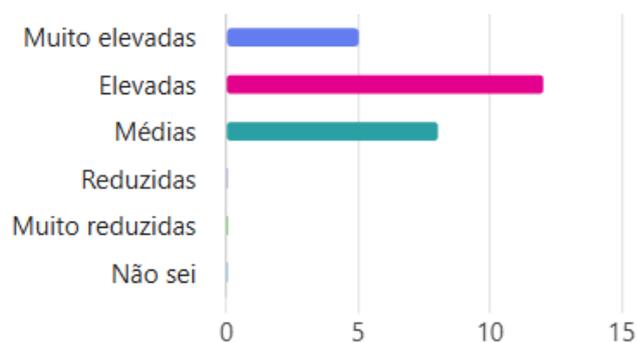


Figura 16. Expectativas Iniciais

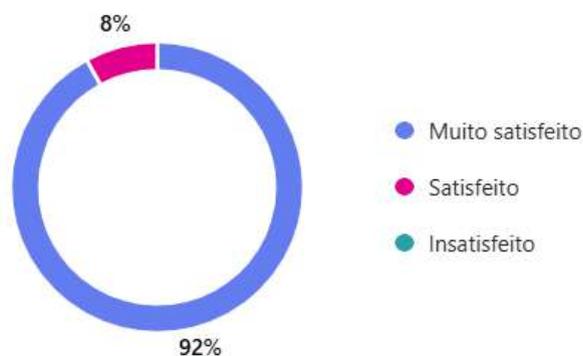


Figura 17. Satisfação Pós-Eventos

De todas as componentes analisadas, os inquiridos demonstraram estar mais satisfeitos com o registo e atendimento, a localização, a organização do evento e o espaço em si.

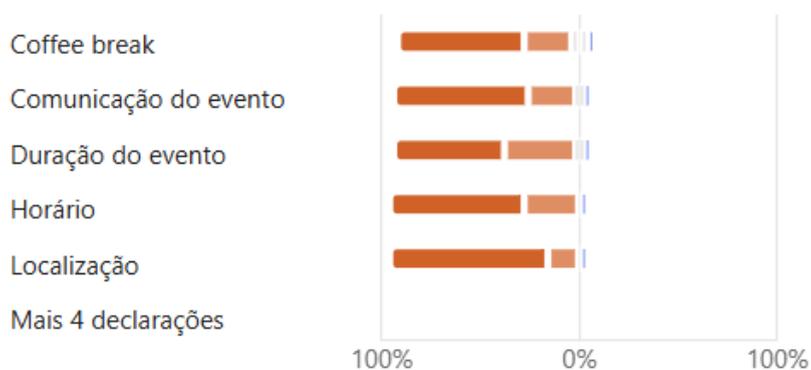


Figura 18. Análise de diferentes componentes

Sem embargo, importa salientar que nenhuma das componentes teve uma classificação negativa e, raramente, teve neutra.

Todos os inquiridos voltariam a participar num evento desta natureza. Todavia não existe consenso sobre a periodicidade que o mesmo deva ter. Nesta edição a maioria das pessoas considerou que este devia ser um evento anual.

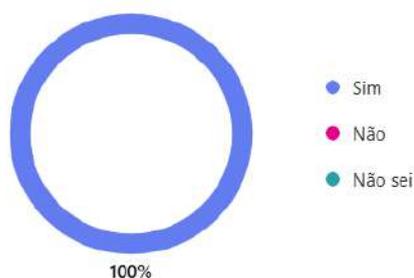


Figura 19. Participação futura

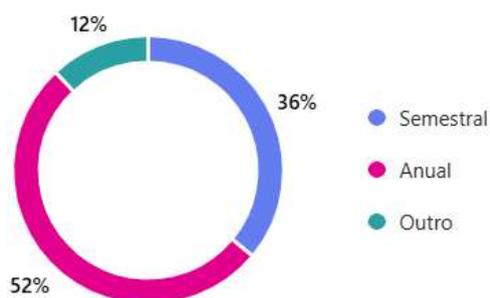


Figura 20. Periodicidade recomendada

De todas as áreas apresentadas os inquiridos demonstraram especial interesse em Inovação e Ciência (43%), PMO (*Project Management Office*) (22%) e Marketing, Relações Externas e Comunicação (18%).



Figura 22. Áreas para participar em edições futuras

O *feedback* qualitativo, apesar de ter sido inferior, foi todo bastante positivo:

“Evento muito interessante, pertinente e bem organizado Os oradores foram excepcionais e nunca cessam de nos surpreender com as suas investigações e temas.”

“Foi excelente. A única sugestão é que talvez o evento seja muito longo? A minha sugestão é que deveria ter no máximo 90 minutos. Tornar as sessões de abertura e encerramento mais curtas, e convidar sempre 2 doutorandos e 2 doutorados (+- 15 minutos a cada com 5 minutos de perguntas e respostas).”

“Parabenizo o ILIND pela excelente organização, a qual, tem vindo a melhorar continuamente a cada edição. Nesta última edição, parabenizo em particular as "flash presentations pelos estudantes de doutoramento". Muitos Parabéns pelo vosso trabalho! ;)”

“Fruta no Coffee Break; "plenária" com temas atuais em Research Policy (DMPs; Adressing Career development; Ethics; Diversity and inclusion); Fazer sessão de premiação dos projetos Fazer + (com sucinta apresentação dos mesmos) e publicações; Apresentar resultados de projetos Fazer + terminados”

2.3. Análise das Redes Sociais

O plano de comunicação teve uma duração de 1 mês (30/07/2024 a 04/09/2024) e contou com 12 publicações.

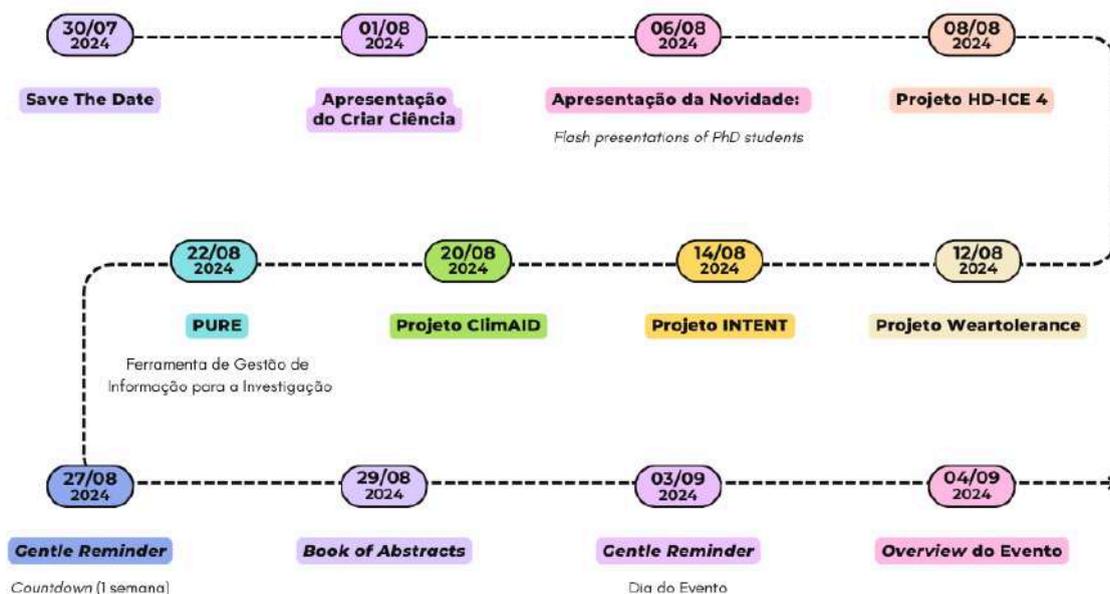


Figura 23. Cronograma de *posts* da 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação made in Lusófona

Durante este período foi possível ter um crescimento de 22 seguidores no LinkedIn e 4 seguidores no Facebook. Esta evolução esteve relacionada com a consistência na publicação dos *posts* e com a identificação dos oradores, projetos e entidades de financiamento, sempre que possível.



Figura 24. Crescimento dos Seguidores nas Redes Sociais

Os *posts* realizados apresentaram, de um modo geral, uma melhor *performance* quando comparado com as médias do 1º relatório de RS. A única atenuação foi no número de impressões do Facebook, que pode ser justificada pelo período no qual esta partilhada foi realizada (férias de verão).

facebook

Métricas	Criar Ciência	Relatório de Redes	Taxa de Crescimento
\bar{x} likes	4	3	
\bar{x} comentários	0	0	
\bar{x} partilhas	0	0	
\bar{x} impressões	45	59	

Tabela 2. Métricas do Facebook

LinkedIn

Métricas	Criar Ciência	Relatório de Redes	Taxa de Crescimento
\bar{x} likes	6	6	
\bar{x} comentários	0	0	
\bar{x} partilhas	0	0	
\bar{x} impressões	140	136	

Tabela 3. Métricas do LinkedIn

Das 12 publicações, as três que apresentaram melhor desempenho foram:



Figura 25. Top de Publicações

O facto de as publicações com melhor desempenho terem sido as referentes às *PhD flash presentation* e ao *book of abstract* demonstram que as pessoas têm tendência a gostar mais e a interagir mais ativamente nas publicações que apresentam novidades. Sem embargo, a publicação com melhor desempenho é a que contém fotografias de pessoas, visto que as permite a criação de uma conexão emocional mais forte, captura a atenção rapidamente e incrementa a autenticidade.

3. Análise SWOT

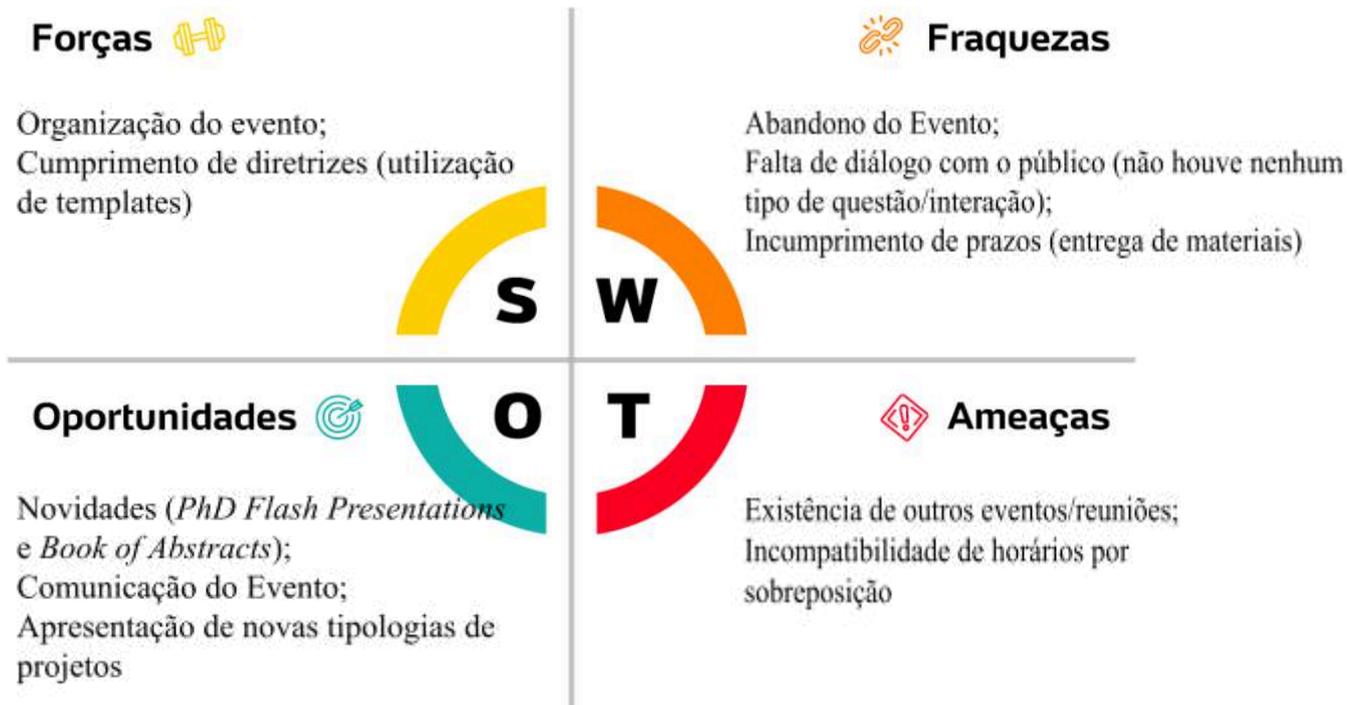


Figura 26. Análise SWOT

4. Principais Conclusões

A 3ª Edição do Criar Ciência e Fazer Inovação *made in* Lusófono foi um sucesso, reconhecido pelos seus participantes. A participação neste evento tem incrementado de edição para edição, com especial enfoque na tipologia *online*.

Sem embargo, este evento continua a não apresentar uma grande diversidade de áreas científicas no público, visto que os seus participantes são maioritariamente provenientes das mesmas UI&Ds (CeIED, CBIOS e CICANT).

Como comumente os participantes já estiveram presentes em edições passadas já vêm com grandes expectativas, sem embargo a satisfação final supera sempre as expectativas iniciais. Esta satisfação provém, em parte, do incremento do profissionalismo desta edição. Não só foi dada muito maior ênfase à comunicação interna e externa com, respetivamente, vários momentos de comunicação (*safe the date*, *reminders*, convite final) e um plano de comunicação mais duradouro (aproximadamente 1 mês), como foi criado um *book of abstract* e um *corner* para a apresentação de *posters*. Paralelamente, todos os pormenores de identidade visual durante o evento foram melhorados - Figura 27.



Figura 27. Reforço da identidade visual/ profissionalismo no evento

Com base nesta edição existem algumas atividades que devem ser melhoradas na 4ª edição (*sitting*) e outras que devem ser replicadas (*PhD flash presentations*). As novidades claramente são bem recebidas pelos participantes pelo que devem ser inseridas novamente no futuro, para a 5ª edição podemos ter rotatividade de apresentadores (por exemplo, uma pessoa por temática) e apresentar projetos de tipologias diferentes (por exemplo, Erasmus + e Fazer +).