

Mirandela destaca-se no ensino com forte vertente prática



ENTENDENDO A "INTERIORIDADE" COMO UMA MAIS-VALIA NA APROXIMAÇÃO ÀS CONGÉNERES EUROPEIAS, A ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E TURISMO DE MIRANDELA, UNIDADE ORGÂNICA DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA, DESTACA-SE PELO DINAMISMO E PELA INOVAÇÃO APLICADAS AO ENSINO E À INVESTIGAÇÃO, COM GRANDE FOCO NA REGIÃO.

O Instituto Politécnico de Bragança caracteriza-se por uma posição de grande vanguardismo face ao entendimento do percurso a seguir pelas instituições de ensino politécnico. Desde a génese uma das suas linhas mestras incidiu na qualificação do corpo docente, facto que possibilitou que desde muito cedo, mesmo antes da obrigatoriedade legislativa, o IPB revelasse uma taxa de docentes com grau de doutor na ordem dos 70%.

Nessa fase, o IPB, com quatro escolas em Bragança e uma em Mirandela, começou a pensar numa estratégia para consolidar a sua presença e alargar a sua abrangência a nível internacional. Não interpretando a interioridade como um en-

trave, ou uma fatalidade, a proximidade a Espanha permitiu à instituição "olhar para a europa" potenciando uma posição de proximidade a universidades espanholas com as quais, naturalmente, encetou parcerias para concorrer a projetos e iniciar o intercâmbio de alunos e professores, antes mesmo do processo de Bolonha consignar essa uma atitude de futuro. Com a assunção do processo de Bolonha, o IPB abriu as portas para a europa, américa do sul, com ênfase para o Brasil, também para áfrica, com privilégio para a lusofonia, num claro reforço da internacionalização que chegou também aos países de leste e norte da europa. Estas medidas de promoção do diálogo com o exterior permitem que, num universo de 8.400 alunos, o IPB acolha perto de três mil alunos estrangeiros, entre estudantes em mobilidade (perto de 600) e com estatuto de estudante internacional (cerca de 2300), gerando-se um ambiente cosmopolita com 70 nacionalidades distintas, que em muito beneficia o desenvolvimento académico, pessoal e social de todos os seus elementos.

Nesta cadência, tendo enfrentado com distinção os desafios da internacionalização, o IPB consolida um impulso para a investigação, sendo também, hoje, uma referência nacional, como é referido no recente relatório da OCDE sobre ciência, Inovação e ensino superior, onde se destaca o seu Centro de Investigação de Montanha (CIMO-IPB). A ambição é enveredar por outras metas relacionadas com

novas abordagens de ensino com maior ligação às empresas e instituições.

Esta é a realidade que encontramos na Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela (EsACT-IPB), única unidade orgânica deslocada do polo central.

EsACT-IPB

Mirandela concentra perto de 12 mil habitantes, aos quais se juntam 1400 alunos da EsACT-IPB. Falamos de um peso percentual importante na economia regional, muito mais se tivermos em consideração que grande parte destes são estudantes deslocados, alguns dos quais, findo o curso, permanecem na região, em contraciclo com o flagelo do despovoamento – "para mim esse é o fator mais importante, porque uma região sem gente não existe", realça Luís Carlos Pires, diretor da Escola.

Este volume de estudantes enquadra-se em três níveis de ensino e em várias áreas de estudo. Ao nível dos Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) a Escola apresenta formação em Informática; Promoção Turística e Cultural; Comunicação Digital; Serviços Jurídicos; Restauração e Inovação Alimentar; Administração e Negócios; e Gestão de Vendas e Marketing.

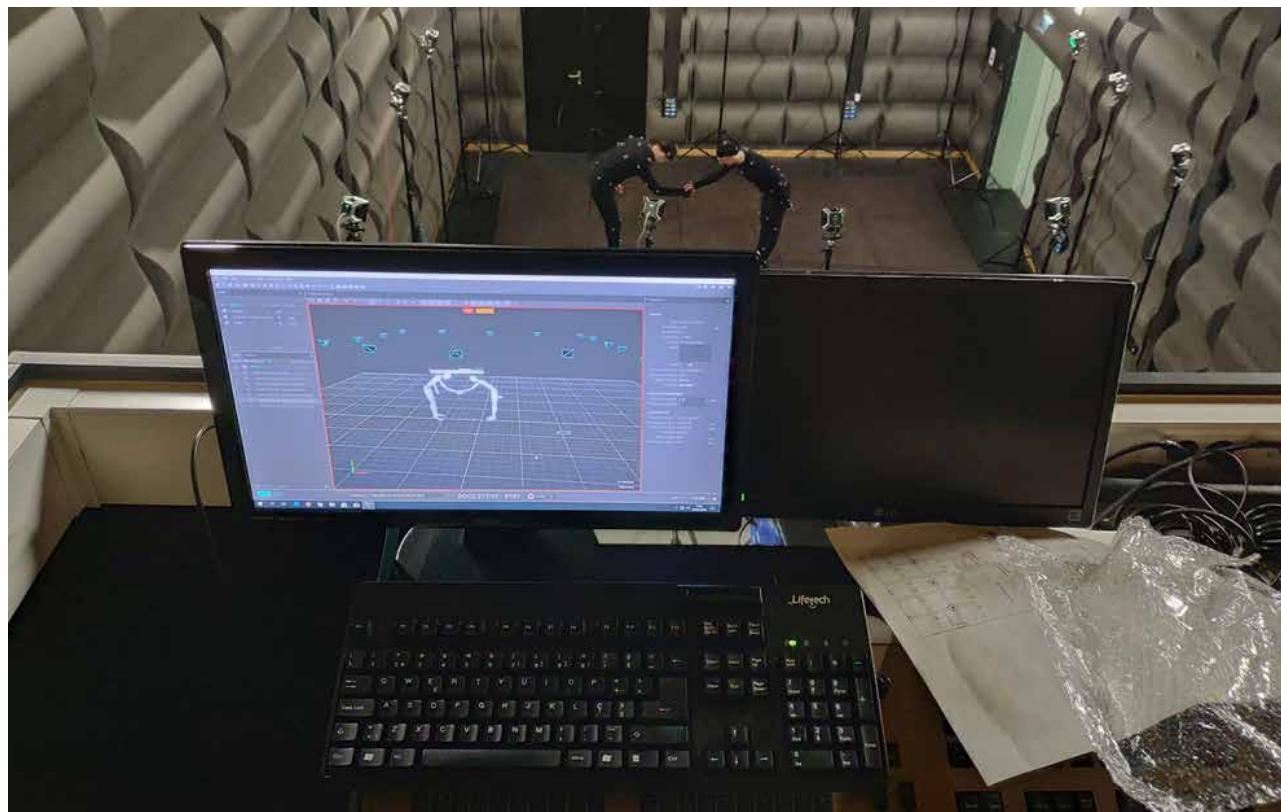
Ao nível das Licenciaturas surge a aposta "em áreas novas e atrativas" como Gestão e Administração Pública; Informática e Comunicações; Marketing; Multimédia; Solicitudaria; Comunicação e Jornalismo; Turismo; e Design de Jogos Digitais.

Por fim, ao nível dos mestrados, as propostas recaem em Marketing Turístico e em Administração Autárquica.

Falamos de cursos que se centram em torno das valências da escola – Administração, Comunicação e Turismo –, áreas onde a EsACT-IPB pretende diferenciar-se pela ex-

Defesa informal de trabalhos realizados em contexto de trabalho





Estúdio de Motion Capture

celência do ensino, assente na inovação e na interligação de temáticas. "Por exemplo", explica Luís Carlos Pires, "nos mestrados, tentamos integrar áreas, como acontece de forma evidente na oferta de Marketing Turístico. Pretendemos com este mestrado criar quadros muito especializados que coloquem 'know-how' atualizado, multidisciplinar, ao serviço da região, dado o seu grande potencial de crescimento turístico". "E como vamos fazer isso?", lança o diretor: "Indo junto delas, tentando resolver problemas conjuntamente; criando quadros qualificados que possam torná-las mais competitivas; e, por fim, ajudar a região a crescer". Com mão de obra mais qualificada, na-

Academia IPB em Mirandela



turalmente, a região torna-se mais exigente e competitiva e a situação económica e social tende a evoluir de forma positiva, elevando-se os patamares de exigência e de discernimento.

Luís Carlos Pires fala desta nova fase em que a Escola procura incrementar o seu impacto na economia local, gerando mais-valias na relação direta com as empresas e instituições por via da investigação aplicada. Numa conexão simbiótica, os "stakeholders" são convidados a visitar a instituição, a levantar questões e a identificar problemas societários. Por seu turno, a Escola desloca-se à indústria para ouvir os seus desafios e preocupações e, de uma forma multidisciplinar, integrando alunos de vários cursos, criar equipas que formulem soluções para esses problemas.

Desta relação advém a nova visão e abordagem de ensino que, apoiada na investigação, permite inculcar nos estudantes o espírito de resiliência – "é importante que os alunos percebam que, muitas vezes, antes de um sucesso existe um caminho de tentativas, mas não podemos ter medo de errar".

Atualmente, a EsACT-IPB, em linha com os desígnios do IPB, está a aprimorar, uma metodologia de aprendizagem que permite aos alunos que participem em projetos de investigação serem avaliados pela sua prestação nos projetos e, entendendo o docente estarem cumpridos os requisitos exigidos, o estudante é avaliado sem frequentar a disciplina na tradicional sala de aula.

Projeto CRECEER

A EsACT-IPB é a instituição de ensino portuguesa que participa no projeto transfronteiriço CRECEER suportada nos investigadores Joana Fernandes; Sónia Nogueira; Carlos Cunha; Carlos Costa; Ricardo A. Correia; Salette Esteves; Luís Pires, projeto co-financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), através do Programa Interreg V-A Espanha-Portugal (POCTEP) 2014-2020 desenvolvido sob a coordenação geral do INSTITUTO PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN.

Falamos de um projeto que visa promover a cooperação empresarial em ambientes transfronteiriços rurais, entre empresas e entidades dos setores agroalimentares (gourmet) e turismo, através da melhoria da qualidade e design de seus produtos e serviços, bem como a incorporação de Tecnologias da Informação e da Comunicação nos seus modelos de negócios, criando redes de cooperação entre empresas e oferecendo uma identificação comum e específica para a valorização dos seus recursos endógenos.

Neste consórcio à EsACT-IPB ficou consignada a coordenação dos trabalhos nas regiões do Douro e Terras de Trás-os-Montes, que iniciaram com a "caracterização da região nas suas potencialidades empresariais, turísticas e produtos endógenos com potencial gourmet ou com fortes raízes históricas", expõe Joana Fernandes, investigadora presente neste projeto.

Cerca de 80 empresas portuguesas demonstraram interesse em integrar o CRECEER, através de um processo de entrevistas onde se procurou compreender as suas dificuldades e possibilidades de melhoria. Nessa fase, fundamental foi também o diálogo com as entidades regionais como as autarquias, as associações comerciais e industriais e as comunidades intermunicipais conhecedoras das barreiras ao desenvolvimento local. "Encontrámos empresas que revelam problemas de gestão, muitas delas familiares, que não têm o apoio de tecnologias de informação e comunicação, algumas sem acesso à internet, para as quais a comercialização é um passo muito difícil. Este projeto pretende ajudá-las a transitar para uma nova fórmula de comercialização para que, em parceria, consigam competir num mercado mais abrangente, nomeadamente, através da presença em feiras internacionais", explica a investigadora.

No final deste processo pretende-se criar "uma marca chapéu", que abarque as empresas selecionadas. Esta marca deve espelhar as principais características da região e facilitar a divulgação da região e dos seus produtos no exterior. A criação de redes de cooperação entre as empresas produtoras e as empresas ligadas ao setor turístico é um elemento crucial para potenciar os resultados positivos do projeto.

Joana Fernandes prevê que o processo esteja concluído até final de 2019, sendo que neste mês de março vai decorrer a apresentação pública das empresas, das suas áreas de negócio e dos grupos de trabalho que irão trabalhar nas regiões do Douro e Terras de Trás-os-Montes.

<http://www.creceer.org/pt/inicio-2/>