



**UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA  
CENTRO REGIONAL DE BRAGA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

**A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS PELOS  
JOVENS E O SEU IMPACTO NA  
EMPREGABILIDADE  
LOCAL**

**II Ciclo de Estudos em Ensino de Informática**

**António Luís Ribeiro Gonçalves**

Relatório executado sob orientação da  
**Professora Doutora Sónia Cruz**

**Braga, 2015**



UNIVERSIDADE  
**CATÓLICA**  
PORTUGUESA  
CENTRO REGIONAL DE BRAGA

**Faculdade de Ciências Sociais**  
Campus Camões, 4710-362 Braga  
Telefone 253 206 100 – Fax 253 206 107  
secretaria.facis@braga.ucp.pt – www.facis.braga.ucp.pt  
N 41°33'16.13" – W 8°25'8.58"

## DECLARAÇÃO DE HONRA

António Luís Ribeiro Gonçalves, aluno número 234212101 do II Ciclo de Estudos em Ensino de Informática declara por sua honra que o trabalho apresentado é de sua exclusiva autoria, é original, e todas as fontes utilizadas estão devidamente citadas e referenciadas, que tem conhecimento das normas e regulamentos em vigor<sup>1</sup> na Faculdade de Ciências Sociais e que tem consciência de que a prática voluntária de plágio, auto-plágio, cópia e permissão de cópia por outros constituem fraude académica.

Braga, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

---

---

<sup>1</sup> **Artigo 13º do Regulamento de Avaliação**

**Fraude**

1. A fraude em qualquer prova de avaliação implica uma classificação final de zero valores e impedirá o aluno de se apresentar a qualquer forma de avaliação na mesma unidade curricular na mesma época de exames em que a fraude ocorreu.
2. A ocorrência de fraude terá de ser comunicada, pelo docente responsável pela avaliação e respectivo vigilante, à Direcção da Faculdade com especificação das seguintes informações: tipo de prova de avaliação, data, nome e número do aluno em causa e descrição sumária da ocorrência anexando eventuais comprovativos da fraude.
3. A ocorrência destas fraudes será objecto de averbamento no processo do aluno.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao longo deste ano em que estive envolvido no estágio do Mestrado em Ensino de Informática e na respetiva preparação e redação deste documento, tive a oportunidade de contar com o apoio de diversas pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a conclusão do presente relatório.

Em primeiro lugar, desejo agradecer a todos aqueles que, com o seu saber, a sua colaboração e o seu apoio crítico, dispuseram do seu tempo para debater comigo orientações e práticas do MEI no contexto da Universidade Católica de Braga.

Estou especialmente grato aos meus orientadores, à Dr.<sup>a</sup> Sónia Cruz e à Dr.<sup>a</sup> Cláudia Duque, pela valiosa orientação.

Um especial agradecimento ao Dr. Francisco Restivo, Dr. Sérgio Magalhães, Dr. Vítor Sá e ao Dr. José Vilaça, professores da UCP de Braga, pelo precioso apoio e atenção que me deram.

Devo também agradecer, em particular, ao meu amigo Paulo Renato pelo constante apoio quer ao nível da minha formação quer ao nível pessoal, não podendo também de deixar de agradecer ao Jorge Carvalho colega de turma e de estudo.

Por último, não posso deixar de manifestar o meu apreço pelo constante apoio do meu “Pai”, do meu irmão e em particular do apoio moral da minha esposa e do meu filho.

**Um sincero OBRIGADO a todos!**

## **RESUMO**

O presente relatório é a etapa final do II ciclo de estudos de Ensino de Informática iniciado na Universidade Católica Portuguesa, mais concretamente na Faculdade de Ciências Sociais em 2012. Neste relatório abordamos a Prática de Ensino Supervisionada na disciplina de Tecnologias de Informação e Comunicação das turmas do 8º ano.

Abordamos aspetos que se relacionam como ser professor. Em particular o Currículo, Planificação e Avaliação que nas suas dimensões práticas possibilitaram o nosso enriquecimento individual e profissional. Este documento reflete também sobre todas as experiências e dinâmicas desenvolvidas no estágio, quer de carácter letivo, quer de carácter não letivo. Aborda igualmente uma componente de investigação onde procuramos auscultar a opinião dos alunos sobre o impacto da sua pegada digital no mercado de trabalho local.

Nesse sentido, abordamos empresas a fim de podermos perceber de forma mais concreta o que é que as mesmas valorizam (se valorizam) nas redes sociais sobre eventuais colaboradores das mesmas.

Verificamos com este estudo que a participação dos jovens nas redes sociais é massiva. No entanto, as empresas ainda não lhe atribuem muita importância no processo de contratação de colaboradores. Também os jovens mostram-se pouco despertos para a influência que a sua pegada digital poderá ter na sua entrada no mercado de trabalho.

**Palavras-chave:** Pegada digital, redes sociais e empresas.

## **ABSTRACT**

The present report is the final phase of the II cycle of studies of the Computer Science Teaching which began at the Portuguese Catholic University, more precisely at the University of Social Sciences in 2012.

In this report we board the Practice of Supervised Teaching on the subject of Information and Communication Technologies of the 8<sup>th</sup> year schooling.

We board aspects which are related with being a teacher, in particular the Curriculum, Planning and Evaluation which in practical terms made possible our individual and professional enrichment.

This document also reflects on all the experiences and dynamics developed during the training period being it of schooling character or not It also reflects on the aspect of investigation where we try to sound out the opinion of the pupils on the impact of their digital footprint in their local labour market.

In this sence, we approach enterprises with the objective of perceiving, in a more concrete manner, what they value (if they value at all) in the social media as their eventual collaborators.

With this study we verify that the participation of the youth in the social nets is massive, however, the enterprises still do not attribute much importance in the process of employing them as collaborators, but also the youth don't show themselves much awakened to the influence that their digital footprint may have in their entry into the labour market.

Keyword: Digital footprint, Social Net and Enterprises

<b>ÍNDICE GERAL</b>	
<b>AGRADECIMENTOS .....</b>	<b>II</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE GERAL .....</b>	<b>V</b>
<b>Índice de Tabelas .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de Gráficos.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>XI</b>
<b>Índice de Diagramas.....</b>	<b>XI</b>
<b>Lista de Acrónimos e siglas.....</b>	<b>XI</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>Motivação para a realização do Estudo.....</b>	<b>3</b>
<b>Importância e Fundamentação do Estudo .....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos do Estudo .....</b>	<b>5</b>
<b>Perguntas de partida .....</b>	<b>6</b>
<b>Estrutura do Relatório .....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>9</b>
<b>Profissão: Professor.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 O papel do Docente e da Escola no ensino das TIC.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Currículo .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Planificação .....</b>	<b>13</b>
1.3.1. Planificação a longo prazo .....	14
1.3.2. Planificação a médio prazo .....	16
1.3.3. Planificação a curto prazo/ Planos de aula .....	17
<b>1.4 Avaliação .....</b>	<b>19</b>
1.4.1 Funções da Avaliação .....	21
1.4.1.1 Função Diagnóstica .....	22
1.4.1.2 Função Formativa.....	23
1.4.1.3 Função Formadora .....	25
1.4.1.4 Função Sumativa .....	26
<b>1.5 O Professor Reflexivo.....</b>	<b>27</b>

1.6 O Professor Investigador .....	30
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>33</b>
<b>AS REDES SOCIAIS E O MERCADO EMPRESARIAL .....</b>	<b>33</b>
2.1. Ponderação da Internet e Web2.0. na sociedade. ....	34
2.2 A Educação e as Redes Sociais .....	36
2.2.1 Pegada digital.....	38
2.3 O Mercado laboral e as redes sociais .....	39
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>43</b>
<b>PRÁTICA DE ENSINO SUPERVISIONADA: PRIMEIRA EXPERIÊNCIA NA</b>	
<b>EDUCAÇÃO .....</b>	<b>43</b>
3.1 Contexto de Intervenção .....	44
3.1.1 Escola Cooperante .....	44
3.1.2 Estrutura Orgânica .....	44
3.2 Disciplina .....	45
3.3 Turma .....	46
3.4 Reuniões de Acompanhamento Pedagógico e Científico na PES .....	50
3.5 Planeamento, conceção e Gestão da Ação de Ensinar .....	51
3.5.1 Planificação de Aula .....	52
3.5.2 Estratégias .....	53
3.5.3 Conteúdos .....	54
3.6 Condução das aulas .....	59
3.7. Atividades não Letivas .....	62
3.7.1 Workshops .....	63
3.7.2 Mural sobre perigos da internet.....	65
3.7.3 Placard sobre segurança na internet .....	65
3.7.4 Semana da Segurança na Internet .....	66
3.8. Elementos de Avaliação.....	66
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>69</b>
<b>METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....</b>	<b>69</b>
4.1 Opções Metodológicas .....	70
4.2 Descrição.....	71

<b>4.3 Seleção dos intervenientes no estudo .....</b>	<b>72</b>
4.3.1 Alunos .....	73
4.3.2 Empresas .....	73
<b>4.4 Caracterização dos Intervenientes .....</b>	<b>74</b>
4.4.1 Alunos .....	74
4.4.1.1 Género e idade.....	74
4.4.1.2 Utilização das redes sociais e tecnologias utilizadas .....	75
4.4.2 Setor Empresarial .....	80
4.4.2.1 Utilização das redes sociais e tecnologias utilizadas pelas empresas .....	81
<b>4.5 Instrumentos de recolha de dados.....</b>	<b>81</b>
<b>4.6 Elaboração e validação dos instrumentos de recolha de dados.....</b>	<b>82</b>
<b>4.7 Método de análise dos dados .....</b>	<b>84</b>
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>86</b>
<b>DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>86</b>
<b>5.1. Apresentação e discussão dos resultados dos alunos.....</b>	<b>87</b>
<b>5.2 Apresentação e discussão dos resultados das empresas .....</b>	<b>133</b>
<b>5.3 Síntese dos resultados.....</b>	<b>150</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>154</b>
<b>Reflexão sobre a PES.....</b>	<b>155</b>
<b>Reflexão sobre o Estudo desenvolvido .....</b>	<b>158</b>
<b>Limitações do Estudo .....</b>	<b>161</b>
<b>Sugestão para investigações futuras .....</b>	<b>161</b>
<b>ANEXOS IMPRESSOS .....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXOS DIGITAIS .....</b>	<b>183</b>

## Índice de Tabelas

Tabela 1. Alunos da PES - 8º ano.....	44
Tabela 2. Questionário aos discentes.....	83
Tabela 3. Questionário às empresas .....	84

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Género dos alunos dos turnos A e B .....	47
Gráfico 2. Idades dos alunos dos turnos .....	47
Gráfico 3. Habilitações Encarregados de Educação .....	48
Gráfico 4. Com quem reside.....	48
Gráfico 5. Ocupação dos tempos livres .....	49
Gráfico 6. Género (N=256) .....	74
Gráfico 7. Idade (N=256) .....	75
Gráfico 8. Idade por género (N=256) .....	75
Gráfico 9. Utilização de redes sociais (N=256).....	76
Gráfico 10. Utilização de redes sociais por género (N=256) .....	76
Gráfico 11. Tecnologias de acesso (n=247) .....	77
Gráfico 12. Tecnologias de acesso por género (n=247) .....	77
Gráfico 13. Local (is), normalmente, acedes à Internet (n=247).....	78
Gráfico 14. Local (is), normalmente, acedes à Internet por género (n=247) .....	79
Gráfico 15. Com que frequência, acedes às redes sociais na Internet (n=247) .....	79
Gráfico 16. Com que frequência, acedes às redes sociais na Internet por género (n=247) ....	80
Gráfico 17. Ramo das empresas (N=18) .....	80
Gráfico 18. Utilização das redes sociais pelas empresas (N=18).....	81
Gráfico 19. Tecnologias (N=18).....	81
Gráfico 20. Rede social que mais utilizas (n=247).....	88
Gráfico 21. Rede social que mais utilizas por género (n=247) .....	88
Gráfico 22. Quais as redes sociais em que tem conta criada (n=247) .....	89
Gráfico 23. Quais as redes sociais com conta criada (n=247).....	90
Gráfico 24. Há quanto tempo utilizas as redes sociais (n=247) .....	91
Gráfico 25. Há quanto tempo utilizas as redes sociais por género (n=247) .....	92
Gráfico 26. Motivos para se registar numa rede social (n=247) .....	93
Gráfico 27. Motivos para se registar numa rede social por género (n=247) .....	94
Gráfico 28. Tempo médio por dia de acesso às redes sociais (n=247).....	95
Gráfico 29. Tempo médio por dia de acesso às redes sociais por género (n=247) .....	96
Gráfico 30. Objetivos de utilização das redes sociais (n=247) .....	97
Gráfico 31. Objetivos de utilização das redes sociais por género (n=247) .....	98
Gráfico 32. Informação colocada nas redes sociais (n=247).....	99
Gráfico 33. Informação colocada nas redes sociais por géneros (n=247).....	100
Gráfico 34. Amizades e/ou ligações nas redes sociais (n=247) .....	101
Gráfico 35. Amizades e/ou ligações nas redes sociais por géneros (n=247).....	102
Gráfico 36. Grau de “intimidade” das relações nas redes sociais (n=247).....	103

Gráfico 37. Grau de “intimidade” das relações nas redes sociais por género (n=247) .....	103
Gráfico 38. Admissão de pedidos de amizade (n=247).....	104
Gráfico 39. Admissão de pedidos de amizade por género (n=247) .....	105
Gráfico 40. Consultas de definição de privacidade na rede social (n=247) .....	106
Gráfico 41. Consultas de definição de privacidade na rede social por género (n=247) .....	106
Gráfico 42. Noção dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais (n=247).....	107
Gráfico 43. Noção dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247) .....	108
Gráfico 44. Opinião dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247) .....	109
Gráfico 45. Opinião dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247) .....	109
Gráfico 46. Advertência dos pais e o que os filhos pensam disso (n=26).....	110
Gráfico 47. Advertência dos pais e o que os filhos pensam disso por género (n=26).....	111
Gráfico 48. Consideram que devem publicar tudo nas redes sociais (n=247) .....	112
Gráfico 49. Consideram que devem publicar tudo nas redes sociais por género (n=247) ...	112
Gráfico 50. O que consideram que não devem publicar nas redes sociais (n=224) .....	113
Gráfico 51. O que consideram que não devem publicar nas redes sociais por género (n=224) .....	114
Gráfico 52. Hábitos de comentar nas redes sociais (n=247) .....	115
Gráfico 53. Hábitos de comentar nas redes sociais por género (n=247) .....	116
Gráfico 54. Comentários nas redes sociais (n=189).....	117
Gráfico 55. Comentários nas redes sociais por género (n=189).....	118
Gráfico 56. Opinião sobre a ação judicial nas redes sociais (n=247).....	118
Gráfico 57. Opinião por género sobre a ação judicial nas redes sociais (n=247).....	119
Gráfico 58. Conhecimento do funcionamento das redes sociais (n=247) .....	120
Gráfico 59. Conhecimento do funcionamento das redes sociais por género (n=247).....	120
Gráfico 60. Opinião do impacto das redes sociais na vida profissional (n=247) .....	121
Gráfico 61. Opinião do impacto das redes sociais na vida profissional por género (n=247) .....	122
Gráfico 62. Formas de disponibilizar informação para conseguir emprego (n=247).....	123
Gráfico 63. Formas de disponibilizar informação para conseguir emprego por género (n=247) .....	123
Gráfico 64. Meios de contacto preferencial (n=247).....	124
Gráfico 65. Meios de contacto preferencial por género (n=247) .....	125
Gráfico 66. As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores (n=247) .....	126
Gráfico 67. As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores no género masculino (n=247).....	127
Gráfico 68. As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores no género feminino (n=247).....	127
Gráfico 69. Influência da pegada digital no potencial empregador (n=247).....	128
Gráfico 70. Influência da pegada digital no potencial empregador por género (n=247).....	129
Gráfico 71. O que fariam os alunos no papel de empregador (n=247) .....	129
Gráfico 72. O que fariam os alunos no papel de empregador por género (n=247) .....	130

Gráfico 73. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador (n=247) .....	131
Gráfico 74. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador por gênero masculino (n=247) .....	132
Gráfico 75. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador por gênero feminino (n=247) .....	133
Gráfico 76. Empresas que recorrem à internet para contratar (N=18) .....	134
Gráfico 77. Empresas que publicitam ofertas de emprego na internet (N=18) .....	135
Gráfico 78. Empresas com departamento de recursos humanos (N=18) .....	135
Gráfico 79. Empresas que procuram informação sobre os candidatos nas redes sociais (N=18) .....	136
Gráfico 80. Empresas que comparam o currículo do candidato com a sua pegada digital (N=18) .....	137
Gráfico 81. Empresas que comparam o currículo do candidato com a sua pegada digital (N=18) .....	138
Gráfico 82. A influência da pegada digital na contratação (N=18) .....	139
Gráfico 83. O que as empresas valorizam nas redes sociais sobre os candidatos (N=18) ...	139
Gráfico 84. Empresas que utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho (N=18) .	140
Gráfico 85. Frequência de acessos das empresas às redes sociais (N=18) .....	141
Gráfico 86. Redes sociais mais utilizadas pelas empresas (N=18) .....	142
Gráfico 87. Redes sociais onde as empresas têm contas criadas (N=18) .....	143
Gráfico 88. Influências que publicações nas redes sociais têm sobre as contratações (N=18) .....	144
Gráfico 89. Empresas que rejeitaram candidatos por informações nas redes sociais sobre eles (N=18) .....	144
Gráfico 90. Empresas que comentariam com os candidatos/empregados publicações dos próprios (N=18) .....	145
Gráfico 91. Empresas que valorizam a participação dos candidatos nas redes sociais (N=18) .....	145
Gráfico 92. Empresas que consideram que os candidatos sabem que são pesquisados nas redes sociais (N=18) .....	146
Gráfico 93. Empresas que utilizariam comentários publicados nas redes sociais para despedir funcionários (N=18) .....	147
Gráfico 94. Poder de decisão na contratação por quem respondeu ao questionário pelas empresas (N=18) .....	148
Gráfico 95. Cargos que ocupam nas empresas as pessoas que responderam ao questionário (N=18) .....	149
Gráfico 96. Gênero das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas (N=18)	149
Gráfico 97. Idade das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas (N=18)...	150

## Índice de Figuras

Figura 1. Repositório da turma TIC 8.º Ano turno 2 .....	56
Figura 2. Página principal da webQuest - sistemas operativos .....	57
Figura 3. Caça ao tesouro - Introdução Hardware .....	58
Figura 4. Mapa mental .....	59
Figura 5. Sumário .....	60
Figura 6. Objetivos de aula .....	60
Figura 7. Exemplo de uma exposição .....	61
Figura 8. Exemplo de uma exposição de conteúdos .....	61
Figura 9. Exemplo de uma atividade .....	62
Figura 10. Equipamentos utilizados .....	64
Figura 11. Configuração de rede .....	65
Figura 12. Marcador de leitura .....	66

## Índice de Diagramas

Diagrama 1. Estrutura Orgânica .....	44
--------------------------------------	----

## Lista de Acrónimos e siglas

**PES** – Prática de Ensino Supervisionada

**ME** – Ministério da Educação

**MEC** – Ministério da Educação e Ciência

**TIC** – Tecnologia da Informação e Comunicação

**A3ES** – Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior

**MEI** – Mestrado em Ensino de Informática

**EUA** – Estados Unidos da América

**ESCCB** – Escola Secundária Camilo Castelo Branco

**CPCJ** – Comissão de Proteção de Crianças e Jovens

**CTA** – Conselho de Turma e Avaliação

**RPG** – Role-playing game (em português: "jogo de interpretação de personagens")

**ARQ** – Arquiteto

**TSF** – Telefonia sem fios

**INE** - Instituto Nacional de Estatística

## **INTRODUÇÃO**

Na Introdução procede-se ao enquadramento que levou à realização deste relatório, identificando a instituição onde foi realizada a Prática de Ensino Supervisionada, como a instituição de ensino onde se desenvolveu o estudo, assim como a referência geográfica das empresas participantes. Expressamos também a nossa motivação para a realização do estudo, referimos a importância e fundamentação do estudo, indicamos os objetivos do estudo, apresentamos a pergunta de partida e por último, expomos a forma como se encontra estruturado este relatório.

Este trabalho insere-se no âmbito da unidade curricular de Prática de Ensino Supervisionada e Relatório do 2º ano, do II ciclo de estudos do curso em Ensino de Informática, da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional de Braga.

Tem como finalidade apurar alguns aspetos ideológicos da prática de ensino supervisionada. No presente trabalho são analisados alguns conceitos essenciais, tais como: Currículo, Planificação e Avaliação fundamentais à atividade docente. A Prática de Ensino Supervisionada é realizada numa Escola Secundária do concelho de Famalicão e o estudo científico num Colégio do Concelho de Amarante e empresas das regiões geográficas dos Vales do Ave, Sousa e Tâmega.

Sendo a internet uma realidade incontornável nos dias de hoje, que absorvem grande parte da atenção e do tempo dos nossos jovens alunos, da qual as empresas ambicionam tirar o máximo benefício. Mas será que os nossos discentes utilizam de forma consciente e responsável a internet? Estarão os nossos discentes conscientes da pegada que estão a deixar na Internet e das consequências que daí advêm? Enquanto docentes sabemos que temos de estar atentos e instruir numa direção correta e responsável na utilização das novas tecnologias de forma a usufruir das vantagens que estas trazem para o ensino e para o seu futuro profissional porque, mais importante do que ensinar os nossos discentes a criar um site ou a efetuar uma pesquisa na Internet, é orientar os nossos discentes no sentido de uma correta gestão da sua presença online. Sendo que esta tem uma influência enorme na vida quotidiana das pessoas e das empresas, pretendemos conhecer melhor o impacto das redes sociais na economia e profissionalização dos agentes intervenientes.

## Motivação para a realização do Estudo

Vivemos numa era denominada de digital, em que tudo acontece a uma velocidade vertiginosa, em que a informação nos chega em tempo real, alterando de forma radical as nossas vidas e como tal a forma como vivemos e nos organizamos em sociedade.

*“Internet mudou de forma radical o ritmo dos negócios, o que acaba reduzindo o tempo e valorizando a velocidade. Consumidores do mundo inteiro, economizam tempo na busca rápida do Google, e consegue em segundos uma pesquisa que levaria horas em uma biblioteca. A internet está mudando os processos de gestão e marketing, da comunicação, da propaganda, no desenvolvimento de produtos e no atendimento ao cliente. A informação nos dias atuais, chega em tempo real, e os consumidores pesquisam os preços das mercadorias nos sites populares que recebem milhões de visitantes por dia. Nos blogs, facebook, tweets, eles sabem das notícias, dos acontecimentos locais e nacionais, e ainda conversam com os amigos em sua rede de relacionamento.” (Fagundes, 2012)*

As redes sociais desempenham um papel fulcral na forma como nos relacionamos, principalmente nas gerações mais novas, é evidente que o mundo empresarial está atento a esta nova realidade e desta forma aproveita este meio para chegar mais rápido às pessoas, procurando também ir de encontro às suas necessidades, através da informação que vão obtendo, da análise de tendências, mas não só, também as Instituições como a Organização das Nações Unidas estão atentas a este fenómeno (Saúde Business 365, 2014).

Por isso, a pertinência deste estudo, onde esperamos conseguir respostas que nos sejam proveitosas para a nossa futura atividade como docentes, percebendo assim o que procuram as pessoas, neste caso particular os jovens, prestes a entrar no mercado de trabalho ou a prosseguirem os seus estudos superiores, como as empresas que no futuro poderão ser os seus potenciais empregadores ou fornecedores de bens e serviços.

Face à experiência profissional acumulada ao longo de mais de duas décadas no setor da prestação de serviços informáticos, onde lidamos com inúmeras empresas de todos os ramos de atividade e pessoas singulares em geral, proporcionou-nos conhecimentos

relativamente à forma como as empresas e as pessoas utilizam o universo informático e a Internet em particular na sua atividade profissional. Porém durante a PES e abordando temas como a pegada digital, a segurança na Internet e as redes sociais entre outros, despertou-nos a vontade de aprofundar os nossos conhecimentos relativamente à forma como as empresas e os estudantes utilizam as novas tecnologias e em particular as redes sociais, na procura de informação mútua. Perspetivando assim obter dados relevante para no futuro podermos proporcionar melhor orientação aos nossos discentes utilizando as novas tecnologias, em especial as redes sociais, para entrar no mercado laboral.

### **Importância e Fundamentação do Estudo**

Face à evolução tecnológica operada nas últimas décadas, a nossa sociedade tem sofrido significativas alterações nos seus hábitos, também a escola não é imune a estas novas realidades, pois cada vez mais tanto os docentes como os discentes usam a internet em seu auxílio, quer para pesquisar informação quer para a partilhar. Esta partilha é mais evidente nas redes sociais, em que tudo o que acontece na escola é partilhado através delas. Qual é o jovem estudante que hoje em dia não tem um telemóvel ou tablet com ligação à internet e que mesmo dentro da escola partilha uma nota de avaliação, dúvidas após um teste ou qualquer outra questão relacionada com os seus estudos ou vida académica. Também as empresas, em particular as operadoras de telecomunicações estão atentas a esta nova realidade, bem patente nas ofertas de produtos, especialmente nos tarifários, que facilitam o acesso à internet e troca de mensagens a preços reduzidos, bem como da forma como publicitam os seus produtos online, quer seja em sites, blogs, fóruns ou redes sociais.

Tendo presente esta realidade consideramos ser importante analisar pormenorizadamente a correlação que se pode estabelecer entre as pessoas e as empresas

através das redes sociais. Entender como podemos orientar melhor os nossos alunos para ingressarem no mercado de trabalho utilizando as redes sociais e como as mesmas podem servir para as empresas conhecerem melhor os seus colaboradores ou candidatos a tal.

As redes sociais fazem hoje parte do currículo escolar nas disciplinas de TIC e cabe-nos a nós docentes obtermos o máximo de informação possível visto que as redes sociais virtuais estão sempre em constante evolução para podermos orientar os nossos discentes numa utilização refletida e que os mesmos tenham a noção real do que os espera quando resolvem participar nas redes sociais virtuais. Os discentes devem saber o motivo pelo qual querem participar neste tipo de redes sociais, “Talvez o façamos por pensarmos – sem reparar que essa hipótese não tem nenhum sentido nem base racional – que o lugar para onde vai toda a gente é o mesmo para o qual temos de ir.” (Faerman, 2011,p.11) e sendo esta uma ferramenta de trabalho dos docentes e dos discentes em contexto de sala de aula, surgiu a curiosidade de conhecer a importância das redes sociais como ferramenta de aprendizagem associando-as ao mercado empresarial. A falta de informação sobre o mercado empresarial na sala de aula contribuiu para a realização deste estudo.

### **Objetivos do Estudo**

Os docentes têm um lugar único junto dos alunos tornando-se pertinente investigar as exposições e práticas dos docentes e dos alunos relativamente às redes sociais e os cuidados que os mesmos têm relativamente ao setor empresarial.

Exposto o problema e com o objetivo de conhecer e esclarecer o verdadeiro propósito deste estudo foram formulados os seguintes objetivos:

- Compreender se os alunos têm a noção do impacto que pode ter o que publicam nas redes sociais;

- Identificar que noção os alunos têm do setor empresarial;
- Verificar se as empresas e os alunos usam as redes sociais no contexto da empregabilidade.
- Verificar se as empresas e os alunos acreditam que as redes sociais podem facilitar ou não no mercado de trabalho;
- Analisar se as empresas dão importância ao que os seus colaboradores publicam nas redes sociais e se isso constitui um fator de exclusão/inclusão;

Com este estudo pretendemos contribuir para a consciencialização sobre o “poder” das redes sociais e como os discentes e empresas as olham.

### **Perguntas de partida**

Pelo espaço e pela importância que as redes sociais ocupam na nossa sociedade propusemo-nos investigar a relação entre as redes sociais, a escola e o setor empresarial sendo duas as nossas questões de investigação:

- 1) *Em que medida os alunos tem consciência das implicações da sua pegada digital no mercado laboral futuro?*
- 2) *Em que medida as empresas valorizam as publicações nas redes sociais de eventuais colaboradores?*

### **Estrutura do Relatório**

O presente relatório encontra-se estruturado da seguinte forma:

Na Introdução são indicadas as motivações para a realização deste trabalho, procedemos à contextualização do tema e indicamos a questão de partida e os objetivos do estudo relacionado com a forma como os nossos jovens alunos vêem as redes sociais virtuais.

No capítulo 1 - **O modelo de docente**, refletimos sobre o papel do docente e da escola no ensino das TIC. Debruçamos na importância do Currículo, Planificação, Avaliação e da influência que a comunidade e as motivações individuais intervêm na clareza do “eu” enquanto professor. Incidimos também sobre o professor reflexivo e o investigador.

No capítulo 2 - **As Redes Sociais no mercado de trabalho**, começamos por fazer uma integração teórica sobre a introdução das novas tecnologias da comunicação na educação, falaremos das redes sociais como ferramenta de trabalho na educação e como estas são associadas ao mercado de trabalho.

No capítulo 3 - **Prática de ensino supervisionada: primeira experiência na educação**, é realizada a contextualização da Prática de Ensino Supervisionada (PES), fazendo uma breve caracterização do contexto de intervenção, nomeadamente, a escola cooperante, a disciplina e a turma que lecionamos. Nele descrevemos a forma como conduzimos a ação pedagógica e clarificamos de que modo os conceitos de Currículo, Planificação e Avaliação tem impacto.

Descrevemos e refletimos ainda sobre as atividades letivas e não letivas que dinamizamos e/ou colaboramos ao longo do ano letivo e, por fim, apresentamos algumas atividades de relevo académico e científico.

No capítulo 4 -**Metodologia de Investigação**, começamos por fundamentar as opções metodológicas que orientaram a pesquisa, provimos à descrição do estudo, seleção e caracterização dos intervenientes, indicam-se as técnicas de recolha de dados, descrevem-se as ferramentas utilizadas e a sua validação e, por fim, aclara-se o tratamento realizado aos dados obtidos.

No capítulo 5 -**Descrição e Análise dos Dados**, procedemos à descrição e análise dos dados recolhidos com base no estudo do conteúdo do questionário aplicado aos alunos e às

empresas à luz da nossa questão de investigação. No fim, fazemos um breve resumo dos resultados estabelecendo a conexão com a questão de investigação e os objetivos traçados.

Na Conclusão é feita uma reflexão pessoal ao trabalho realizado ao longo da PES, compomos algumas considerações sobre a prática docente e indicamos as nossas expectativas futuras. Apresentamos a resposta à questão de investigação, numa tentativa de elucidação dos objetivos definidos, expomos as restrições do estudo e compomos considerações sobre sugestões para novas pesquisas.

Por fim, apresentam-se as Referências Bibliográficas e os Anexos (Impressos e Digitais) que esclarecem todo o trabalho desenvolvido. Os anexos impressos estão identificados por letras (v. anexo A, B...). Os anexos digitais estão organizados segundo numeração árabe (v. anexo 1; 1.1; 2; 2.1...) aos quais fazemos breve referência ao modo como se encontram organizados no CD.

## **CAPÍTULO 1**

### **Profissão: Professor**

Este capítulo centra-se no papel do docente e da escola no Ensino das TIC (1.1) e pretende clarificar o modo como as novas metas curriculares oficialmente propostas se traduzem no campo de ação. Incidimos também sobre as dimensões do ser professor, nomeadamente, a importância do currículo, planificação e avaliação, bem como a importância que a comunidade e as motivações pessoais interferem na definição do “eu” de cada professor. Por fim abordamos a importância de ser um professor reflexivo (1.2) e professor investigador (1.3).

## 1.1 O papel do Docente e da Escola no ensino das TIC

As TIC nos últimos anos têm tomado uma posição de relevo nas escolas, evidente no plano do Ministério da Educação (ME) que “inclui uma medida de apoio à formação dos profissionais de educação, com especial enfoque na valorização do novo perfil do docente como orientador das aprendizagens dos alunos com recurso às TIC, tendo sido a formação contínua neste domínio considera prioritária em termos de investimento.” (M.E.2002,p.13),

Para que tenhamos sucesso na inserção das TIC na sala de aula e esta resulte, impõe-se ao professor novas habilitações e saberes.

“Há assim que intensificar a mobilização dos professores para a aquisição e desenvolvimento de competências através da formação contínua adequada e que associe a utilização das TIC ao processo didático-pedagógico, alterando as metodologias utilizadas. Trata-se, não só, de conferir aos professores o domínio das ferramentas das TIC mas também o conhecimento dos modos de usar estas ferramentas para promover a aprendizagem.” (M.E.2002,p.53).

Nóvoa (1997), refere que para além da urgência permanente de atualização, "a formação não se constrói por acumulação (de cursos, de conhecimentos ou de técnicas), mas sim através de um trabalho de reflexividade crítica sobre as práticas e de (re)construção permanente de uma identidade pessoal"(p.25).

A sociedade, contudo, não deixa de ter um papel fundamental para o sucesso das TIC na escola. “É também sabido que variáveis como a classe social o poder económico, a etnia, a estrutura familiar e o percurso escolar favorecem a criação de estereótipos que vão influenciar as interações professor-aluno.” (Ferreira & Santos,1994).

Compete ao professor gerar novos meios motivadores de aprendizagem, desenvolvendo estratégias, formas e práticas, onde as TIC constituam uma parte complementar.

Neste contexto, Lévy (2000), refere que o professor se torna “num animador da inteligência colectiva dos grupos de que se encarrega. A sua actividade centrar-se-á no

acompanhamento e na gestão das aprendizagens: a incitação à troca de saberes, a mediação relacional e simbólica. A pilotagem personalizada dos trajectos de aprendizagem, etc.” (p. 184)

Para Santos (1997), “os professores deverão, antes, preparar-se para utilizar as TIC, aceitando como incontestável que a interactividade e o multimédia obrigam a uma nova pedagogia, em que a criança/jovem está no centro da aprendizagem” (p.21). Os professores se não dominarem as TIC não serão capazes de passar os conhecimentos da forma mais certa aos alunos porque terão medo de falhar e optam por não questionarem fazendo com que não haja uma interação como seria desejável entre professor e aluno.

Com a utilização das TIC o docente terá mais facilidade em atingir as metas propostas, devendo recorrer a ferramentas como a internet, onde a informação está em constante atualização, tornando-se assim uma fonte de exemplos dinâmicos, onde os alunos podem identificar e identificar-se com os mesmos, por isso a pertinência em investigar até que ponto as redes sociais na internet são utilizadas como ferramentas de procura e divulgação de informação laboral útil para os alunos e empresas.

Contudo o professor deverá contextualizar toda a sua ação de acordo com o currículo, através de uma planificação ativa e cuidada, facilitando assim o processo de avaliação dos discentes e desta forma a correlação de todos agentes da comunidade educativa. Neste âmbito o professor deve ter um método que facilite a obtenção dos seus objetivos, deve estar atento a novas ferramentas que possam surgir para o desempenho das suas funções, deve ser criativo, dinâmico, responsável de forma que os alunos vejam nele um exemplo positivo, deve mostrar-se acessível para ajudar os seus discentes, sem nunca se esquecer das suas responsabilidades, deve também mostrar-se participativo nas atividades da comunidade educativa.

## 1.2 Currículo

O termo currículo é um conceito polissémico, pois existe uma multiplicidade de significados e de noções em função das perspetivas que se adoptam. Pretendemos, reconhecer aspetos comuns na diversidade de noções e determinar os constituintes caracterizadores do currículo. A noção de currículo é, pois, de difícil definição, já que está dependente da relação com a sociedade e seus valores, com as concepções de homem, de mundo e de informação. Pacheco (2001: 18) define currículo como “uma construção cultural, isto é, não é um conceito abstracto que possui alguma existência exterior e alguma experiência humana. Pelo contrário, é um modo de organizar um conjunto de práticas educacionais humanas”.

Ribeiro (1993) reconhece o currículo como: ” o elenco e sequência de matérias ou disciplinas propostas para todo o sistema escolar, um ciclo de estudos, um nível de escolaridade ou um curso, tendo como objectivo, a graduação dos alunos nesse sistema, ciclo, nível ou curso”.

Zabalza (1992: 52) afirma que “o programa é o documento oficial de carácter nacional ou autónomo em que são indicadas as regras gerais e as linhas de trabalho a desenvolver em determinado nível do sistema educativo; o programa contém o conjunto de orientações e prescrições oficiais relativamente ao ensino emanadas da administração educativa competente”. Nesta sequência, Ribeiro (1996) acrescenta que o programa se expressa na apresentação esquemática dos conteúdos programáticos e respectivas indicações didácticas. Por outro lado, Pacheco (2001: 17) afirma que a “definição de currículo é mais abrangente que programa, pois abarca o que é ensinado, no conteúdo e na forma, os objectivos, incluindo os critérios de avaliação, a organização e estrutura dos estudos e a graduação da progressão”.

Pacheco (2001: 16) afirma que o currículo incorpora “programas/planos de intenções que se justificam por experiências educativas, em geral, e por experiências de aprendizagem, em particular”.

Como temos observado, permanecem sobre o currículo várias interpretações, feitas por estudiosos que analisaram o currículo nas últimas décadas.

Qualquer que seja o plano aprovado surge como um sistema organizado de recursos que se atingem reciprocamente: finalidades e objetivos; matérias e conteúdos; estratégias, atividades e avaliação.

O currículo, tal como é divulgado, é um documento orientador para todo o país, cabe a cada escola, particularmente a cada professor, modificar e adequar à realidade dos seus alunos.

Durante a nossa PES tentamos ajustar o currículo às circunstâncias atuais na sala de aula de acordo com as características dos alunos e as competências que desejámos que os alunos obtenham.

### **1.3 Planificação**

A planificação é uma conduta muito importante, fundamental, e indispensável, para os professores.

Estes destinam muito do seu tempo a esta atividade, que irá determinar a sua ação e é a principal e determinante daquilo que se estuda na escola.

Não subsiste um significado único para planificação, cada professor terá a sua, que é própria e retrata a forma como encara o processo de ensino/aprendizagem.

Existem interpretações como:

- Planear é definir com clareza o que se pretende do aluno, da turma, ou do grupo;

- É uma atividade que consiste em definir e sequenciar os objetivos do ensino e da aprendizagem dos alunos, determinar processos para avaliar se eles foram bem conseguidos, prever algumas estratégias de ensino/aprendizagem e selecionar recursos/materiais auxiliares;
- “(...) na perspectiva construtivista a planificação passa pela criação de ambientes estimulantes que propiciem actividades que não são à partida previsíveis e que, para além disso, atendam à diversidade das situações e aos diferentes pontos de partida dos alunos. Isso pressupõe prever actividades que apresentem os conteúdos de forma a tornarem-se significativos e funcionais para os alunos, que sejam desafiantes e lhes provoquem conflitos cognitivos, ajudando-os a desenvolver competências de aprender a aprender (Zabala, 2001).” (Fátima Braga et al., 2004:27)

A tarefa de planificação é de extremo interesse para as mais diversas funções de professor. Para além do domínio de conhecimentos científicos e pedagógicos, ser professor impõe a aptidão de desenvolver capacidades de planificação. Através da planificação o professor estrutura a disciplina a sua ação, de um modo ininterrupto e ativo, afigurando-se como um sujeito estruturante, atuante e flexível no processo do ensino/aprendizagem. Para que sua ação afete os objetivos propostos, o professor tem carência de prever e tomar resoluções que considera mais acertadas, apesar da dinâmica da sala de aula se determinar pela imprevisibilidade e dificuldade.

A planificação pode ser considerada a longo, médio e curto prazo, conforme as temáticas a desenvolver e objetivos a atingir quer sejam eles gerais, específicos ou comportamentais, devendo ter em conta os conteúdos, estratégias de trabalho, estratégias de avaliação, estratégias de gestão do tempo e do espaço e estratégias de recursos/materiais.

### **1.3.1. Planificação a longo prazo**

Segundo Cortesão (1994), a planificação a longo prazo divide-se essencialmente em dois modelos: um aborda à ação interdisciplinar dos vários docentes da turma, como cooperantes da mesma construção, outro aborda a ação dos docentes por disciplina. Neste

último caso, são delineados os grandes blocos de aprendizagem – unidades de ensino/aprendizagem que irão ser considerados.

Para Arends (1999), a eficiência dos planos anuais ou longo prazo consiste normalmente na capacidade de incluir três facetas.

Temas e atitudes gerais: indicação que muitos docentes preferem transmitir no início do ano letivo aos seus alunos quer seja, metas, temas gerais sobre a disciplina ou atitudes, estes elementos não se conseguem albergar numa só aula, mas sim através de determinadas vivências ao longo do ano letivo, que podem ser antecipadas pelos docentes.

Matéria a dar: face aos inúmeros temas a abordar e diversas atividades a realizar, sendo o tempo disponível escasso para tudo, cabe ao docente a competência de selecionar o que é mais importante e dispensável.

Outra faceta a ter em conta, são os períodos escolares durante o ano letivo, a sua duração, interrupções e atividades desenvolvidas pela comunidade educativa. Todos estes fatores condicionam e carecem de um planeamento.

Cortesão (1994:71), afirma que para a realização de uma planificação a longo prazo deve-se reunir vários documentos, tais como: programa de planificações de anos anteriores, manuais, e outras matérias didáticas.

Neste caso, os docentes, ao analisarem o texto do programa, devem procurar:

- Identificar as finalidades que através dele se pretendem atingir e analisar o seu grau de coerência com os objetivos do currículo;
- Analisar as características gerais da população escolar;
- Organizar e ordenar os conteúdos em unidades de ensino;
- Identificar os recursos e limitações mais relevantes apresentados pela escola e pela comunidade envolvente;

- Traçar em linhas gerais o tipo de estratégias a estabelecer;
- Identificar os aspetos que à partida podem ser tratados interdisciplinarmente;
- Tendo em conta o calendário escolar, calcular o número de aulas que possivelmente irão ser ministradas.

Desta forma, os docentes precisam de partilhar experiências, colaborar de forma espontânea para em conjunto escolhem melhor os métodos e estratégias conducentes a fim de conseguirem um resultado eficiente e eficaz no decorrer de todo o processo educativo.

### **1. 3.2. Planificação a médio prazo**

Segundo Arends (1999:59-60), considera-se por planificação a médio prazo “os planos de uma unidade de ensino, ou de um período de aulas. Basicamente, uma unidade corresponde a um grupo de conteúdos e de competências associadas que são percebidas como um conjunto lógico.”

Ou seja, é fundamental preparar planos médios de cada um dos temas de aprendizagem, Arends acrescenta que para planificar uma unidade é necessário interligar conteúdos, objectivos, estratégias/actividades, materiais, métodos, avaliação, durante dias, semanas, ou meses (ibidem).

De acordo com Cortesão (1994:120), a preparação de um plano a médio prazo, equivale à planificação de uma unidade de ensino, e pressupõe, quando completamente elaborado, que se percorram as seguintes etapas de trabalho:

- Identificação das ideias base e conteúdos tendo em conta os esquemas concetuais e os temas organizadores;
- Clarificação dos objectivos gerais que constam do plano a longo prazo e que são relativos àquela unidade de ensino;

- Identificação dos “pré - requisitos” necessários para conseguir realizar as aprendizagens a que o plano é relativo;
- Ordenação e distribuição de conteúdos por lições;
- Estabelecimento de estratégias mais pormenorizadas e mais adequadas ao contexto;
- Identificação e listagem de materiais a utilizar;
- Elaboração de materiais de avaliação formativa e sumativa;
- Estabelecimento de actividades de remediação e enriquecimento;
- Indicação da bibliografia;
- Levantamento das medidas prévias necessárias para levar a cabo as actividades previstas na unidade (contacto com pais, autorizações para visitas de estudo, marcação de transportes, aluguer de filmes, cassetes, etc.).

Assim é possível delinear uma trajetória para uma sequência de aulas, o que deve espelhar o entendimento que o docente tem tanto ao conteúdo como ao processo de ensino. Desta forma podemos dizer que este tipo de plano poder ser partilhado com os alunos, pois permite aos mesmos uma perceção mais alargada dos pontos a abordar de uma determinada matéria ou aula.

### **1.3.3. Planificação a curto prazo/ Planos de aula**

Cortesão (1994:71), enfatiza que ” durante o ano lectivo é focalizado a acção que se desenrola num contexto muito particular, é necessário elaborar planos correspondentes às acções que no dia-a-dia vão concretizar as diferentes parcelas do anterior.”

Podemos ainda acrescentar que a planificação de cada aula consiste na definição todos os elementos essenciais do plano.

Arends, (1999:59), esclarece-nos que estes planos são aqueles a que o docente empenha mais atenção. É também através deles que se entende a forma como o docente encara a dinâmica do ensino/aprendizagem. Usualmente, os planos de aulas abarcam os conteúdos a serem ensinados, as técnicas/estratégias motivacionais a serem exploradas, os passos e atividades específicas recomendadas para os alunos, os materiais necessários e os processos de avaliação.

Neste sentido Yinger citado por Altet (2000:113), suporta que “ as planificações das aulas são o principal suporte para o estabelecimento das rotinas, e define-as como, conjuntos de procedimentos estabelecidos que têm como função controlar e coordenar sequências específicas de comportamentos.”

Todavia, Altet realça ainda que “ os professores geralmente planificam as suas aulas em função do programa e de uma progressão. Antecipadamente reúnem a documentação, definem objectivos, escolhem um método, optam por determinadas estratégias e determinado material e, antecipadamente, constroem um cenário que determina as interacções que irão desenrolar na aula” (ibidem).

Desta forma segundo Carvalho e Diogo (1999:13), planificar é traduzir uma ideia num percurso de ação, ao referirem que a planificação tem “um pé” na situação vivida e o outro na situação desejada, descrevem-na como contendo uma linha condutora da ação, conferindo-lhe um significado e sentido específicos.

No nosso ponto de vista a preparação de um plano de aula deve ter um carácter flexível, aberto e passível de ser alterado ou reajustado conforme o feedback recebido no decorrer da aula. Também o docente deve ter uma escolha cuidadosa das técnicas, metodologias e atividades que assegurem uma forte interação entre os elementos da turma, com a finalidade

de tentar abranger a diversidade dos estudantes de modo a estimular uma participação ativa no conteúdo a tratar na aula.

De acordo com (Piletti, 2001:73 apud Castro) o plano de aula” é a sequência de tudo o que vai ser desenvolvido em um dia lectivo. (...) É a sistematização de todas as actividades que se desenvolvem no período de tempo em que o professor e o aluno interagem, numa dinâmica de ensino/aprendizagem.”

Em consonância com a ideia do autor podemos afirmar que é aqui que o docente escreve o sumário, cita os conteúdos, objetivos da aula, aponta materiais necessários para a mesma, utilizando uma linguagem clara e concisa, sem deixar de observar e acompanhar o ritmo dos alunos na sala de aula, deve fazer a divisão do tempo para a execução das diferentes tarefas, deve ainda delinear as estratégias, atividades e as dinâmicas das mesmas. Desta forma o plano de aluno coloca-se como uma ferramenta importantíssima para organizar e auxiliar o trabalho do docente.

#### **1.4 Avaliação**

A avaliação na educação pode ter aplicações e finalidades muito díspares, que vão desde o currículo, ao processo de ensino-aprendizagem, aos manuais escolares, aos projetos desenvolvidos na escola, às próprias escolas.

Para além de ser um constituinte integrante e regulador das práticas pedagógicas, adota uma função de reconhecimento das aprendizagens e das competências obtidas. Daí que é através dela que se tomam decisões que “visam melhorar a qualidade do ensino, assim como na confiança social quanto ao funcionamento do sistema educativo” (Abrantes, 2002: 9).

A procura da avaliação pelos vários domínios da educação entendesse pela carência de emitir juízos de valor, “que visam a tomada de decisões para que sejam cumpridas as finalidades e as funções que são impostas política, social e economicamente à avaliação” (Ferreira, 2007: 12).

A avaliação das aprendizagens desde sempre foi um cargo conferido à escola pela sociedade em geral. Para Ferreira (2007), a ideia de que a função da avaliação predomina na escola em detrimento da aprendizagem é justificada pela frequência das avaliações, pelo seu carácter normativo e pela importância que lhe é dada pelos pais, professores e pela sociedade.

“A avaliação exigida à escola rege-se por normas de excelência e encontram-se em documentos oficiais, nos normativos da avaliação, nos conteúdos programáticos, nos objectivos do ano e nas competências de nível de ensino” (Ferreira, 2007). São estas normas de excelência que permitem a certificação e a hierarquização dos alunos. No entanto, é a avaliação que explica a presença dessas normas.

A avaliação das aprendizagens, durante muito tempo, esteve interligada à medição dos resultados dos alunos e assentava nos pressupostos da objetividade, do rigor e incidia nos resultados das aprendizagens a curto prazo: “a avaliação ao assumir o significado de medição e de classificação, centra-se nos resultados de aprendizagem dos alunos e é realizada no fim de um determinado processo de ensino-aprendizagem, exprimindo-se quantitativamente” (Ferreira, 1997: 27).

É, pois, de mencionar que a avaliação das aprendizagens, enquanto prática particular da instituição escolar, passa a ser uma das várias constituintes curriculares do processo de ensino-aprendizagem, mas com particularidade de funções distintas das outras constituintes. A incorporação da avaliação no processo ensino-aprendizagem faz com que haja uma ligação entre avaliação, ensino e aprendizagem, o que consente que a qualidade de uma componente

conduz à qualidade das outras. Na perspetiva de Ferreira (1997), a avaliação assume uma função de regulação do processo ensino-aprendizagem, pela intervenção face às dificuldades dos alunos e pela análise feita pelo professor das estratégias de ensino utilizadas.

Fruindo da multiplicidade de dimensões da avaliação das aprendizagens, é de salientar que é sempre o aluno o centro da atenção. São, pois, objeto de avaliação as suas aptidões, necessidades, interesses, expectativas iniciais, compasso de trabalho, o seu trajeto de aprendizagem e os resultados alcançados nesse mesmo processo. Nesta perspetiva, Bélair (2000) afirma que uma avaliação autêntica deve sempre implicar o aluno em todas as etapas do processo.

Neste sentido, Valadares; Graças (1998) referem que a avaliação tem um carácter sistemático e contínuo, baseando-se na recolha de dados relativos aos vários domínios de aprendizagem, que evidenciam os conhecimentos e as competências adquiridas e as capacidades e atitudes desenvolvidas. Deste modo, a avaliação é entendida como o processo de “emissão de um juízo de valor, exprimido de forma qualitativa ou quantitativa, dependendo da função e das finalidades da avaliação, que conduz, conseqüentemente, à tomada de decisões diferentes” (Ferreira, 2007: 16).

Não obstante, e apesar de todo o aprofundamento do conceito e o que ele implica, é consensual hoje praticar-se uma avaliação centrada em quatro fases distintas que seguidamente faremos menção.

#### **1.4.1 Funções da Avaliação**

O processo ensino-aprendizagem divide-se em três fases fundamentais e distintas: a planificação, a execução e a avaliação. Esta última assume funções com designações diferentes e complementares: a avaliação diagnóstica, formativa, formadora e a avaliação

sumativa. Podemos identificar cada uma destas modalidades de avaliação com uma fase do processo ensino-aprendizagem.

Avaliação diagnóstica está agregada à fase da planificação e acontece no início do ano letivo ou de uma unidade, a avaliação formativa e formadora ocorre durante a unidade, por último a avaliação sumativa surge no final da unidade como somatório da prestação do aluno no processo ensino-aprendizagem.

Hoje em dia, num esforço de envolver ainda mais o aluno no processo ensino-aprendizagem, a investigação tem mostrado as vantagens da utilização de uma avaliação formadora.

#### **1.4.1.1 Função Diagnóstica**

A avaliação diagnóstica, “quando efetuada antes da instrução [...] tem como função principal a localização do aluno; isto é, tenta focalizar a instrução, através da localização do ponto de partida mais adequado” (Bloom, Hastings & Madeus op. cit. por Ferreira, 2007:24). Este tipo de avaliação convém realizar-se no início de novas aprendizagens e não só no início do ano letivo ou períodos letivos de forma a se proceder a uma análise dos conhecimentos e capacidades que o aluno deve possuir num determinado momento e que lhe servem de base para assim poder iniciar novas aprendizagens.

Outra função da avaliação diagnóstica “visa aprofundar o conhecimento das causas de determinados problemas ao longo do ensino para se adoptarem medidas de intervenção” (Ferreira, 2007:25). Neste caso a avaliação realiza-se durante o processo ensino-aprendizagem e aproxima-se da avaliação de carácter formativo.

Além disso, funciona como uma ferramenta importante para o docente ajustar a planificação da unidade às características dos alunos e da turma e geral. Hadji (1994)

menciona que esta prática serve para “captar traços daquilo que se denomina como perfil de partida dos formandos” (p. 63) e que estabelece um ponto de partida para o docente “ajustar a sua acção, seleccionar actividades e objectivos adequados às características dos alunos e à sua situação específica, de modo a criar condições para que se possam fazer aprendizagens relevantes e significativas” (Ferreira, 2007:25).

Ao efectuar a avaliação diagnóstica estamos a aferir as capacidades ou conhecimentos que determinado aluno contém, para melhor o podermos orientar e também para que ele “se conheça a si próprio” e possa dimensionar o seu esforço e vontade na construção de aprendizagens significativas.

#### **1.4.1.2 Função Formativa**

Presentemente a avaliação formativa é a modalidade de avaliação a que dedica mais atenção, é encarada parte integrante do processo ensino-aprendizagem, há sempre um feedback entre o aluno e o docente sobre os êxitos e as dificuldades sentidas pelo aluno na aprendizagem (Ferreira, 2007).

Esta modalidade de avaliação a que actualmente se dá mais atenção, é considerada parte integrante do processo ensino-aprendizagem, há sempre um feedback entre o aluno e o docente sobre os êxitos e as dificuldades vividas pelo aluno na aprendizagem (Ferreira, 2007). O aluno é chamado a interagir, a participar ativamente no seu processo de aprendizagem e no reconhecimento dos seus progressos e dificuldades. A avaliação formativa visa contribuir para a formação do aluno e para a melhoria da sua aprendizagem. Este tipo de avaliação é bem recebido pelos alunos porque leva o aluno a uma auto avaliação consciente e o docente a uma reflexão acerca dos seus métodos de trabalho com o objetivo de melhorar a sua prática.

Assim sendo, a avaliação formativa tem uma função essencialmente pedagógica

(Hadji, 1994), incide no processo ensino aprendizagem e não nos seus resultados (Ferreira, 2007).

A avaliação formativa também tem como função informar o aluno, o encarregado de educação, o professor e demais agentes educativos no processo ensino-aprendizagem, de forma contínua sobre a qualidade das aprendizagens efetuadas e o cumprimento dos objetivos estabelecidos.

Ao regular o processo de aprendizagem através da adoção de medidas de recuperação ou de estratégias individualizadas, estamos a potenciar o êxito da avaliação sumativa e a tornar o processo ensino aprendizagem mais motivador para o aluno (Ferreira, 2007).

Alves (2001) op. cit. por Ferreira (2007:29) sintetiza a regulação proporcionada por esta avaliação em dois níveis:

- “i) Uma regulação do dispositivo pedagógico: o professor, informado dos efeitos do seu trabalho pedagógico, modifica a acção ajustando as suas intervenções;
- ii) Uma regulação da actividade do aprendente que lhe permite tomar consciência das dificuldades com que se depara no seu percurso de formação a fim de reconhecer e de corrigir os erros”.

Em suma, a avaliação formativa “é um ponto de partida” (Zabalza, 2003:242), ocorre durante o processo de ensino aprendizagem, é parte integrante deste e desempenha um papel regulador. As atividades de avaliação propostas não são mais do que atividades de aprendizagem. Esta envolvência do aluno no sentido de o responsabilizar pela aprendizagem leva-nos a refletir sobre uma fase da avaliação, que pode potenciar esse envolvimento: é a avaliação formadora.

### 1.4.1.3 Função Formadora

A avaliação formadora enquanto “apropriação particular da avaliação formativa, que implica os próprios alunos num alto nível” (Scallon, 2000 op. cit. por Ferreira, 2007:111) valoriza a meta aprendizagem ajudando o aluno a aprender e está muito mais voltada para a regulação que cada aluno faz da sua aprendizagem. Neste quadro espera-se que:

- O professor seja um mediador entre o aluno e a aprendizagem;
- O aluno se envolva na sua aprendizagem e aprenda a tirar partido da comunicação que constitui a avaliação;
- O erro constitua uma fonte de informação que permita orientar o aluno no desenvolvimento da sua aprendizagem;
- A regulação possa resultar de vários processos: a avaliação formativa, coavaliação e auto avaliação.

Na avaliação formativa tradicional, a regulação diz respeito, sobretudo, às estratégias pedagógica do docente; na avaliação formadora, a regulação é essencialmente assegurada pelo próprio aluno.

A auto avaliação e a auto regulação são posturas que devem ser desenvolvidas/promovidas junto do aluno de forma a que se assumam como estratégias para uma maior e melhor participação do aluno no seu processo ensino aprendizagem e na sua avaliação.

Tal como Ferreira (2007), acreditamos que a avaliação desencadeada pelo próprio aluno tem mais garantias de produzir os efeitos desejados do que a efetuada pelo docente.

Não obstante a avaliação formadora também pode ser uma ajuda para o docente porque o “disponibiliza para a realização das várias tarefas que lhe são exigidas pelo processo

ensino aprendizagem e para o acompanhamento de alunos com mais necessidades, utilizando estratégias individualizadas” (Ferreira, 2007:112).

A avaliação formadora enquanto estratégia de auto avaliação e de auto regulação da aprendizagem levada a cabo pelo aluno propõe-se à promoção do sucesso escolar, pois integra “todas as modalidades de avaliação, de cuja aplicação resultam decisões que se pretendem formadoras para os alunos (...) é, neste caso, mais um princípio ou uma prática do que uma estratégia, ou técnica, ou modalidade” (Ferreira, 2007:115).

#### **1.4.1.4 Função Sumativa**

A avaliação sumativa realiza-se no fim do processo ensino-aprendizagem, final de uma unidade, de um período, de um trimestre, semestre, de um ano ou de um ciclo de estudos. Trata-se de uma avaliação pontual, quantitativa, porém no ensino básico ela é frequentemente expressa de forma qualitativa (Não Satisfaz, Satisfaz, Bom, Muito Bom, etc.), realiza-se em momentos pré estabelecidos e propõe-se avaliar e classificar os resultados das aprendizagens adquiridas pelos alunos.

Para Sacristán (1993) op. cit. por Ferreira (2007) a avaliação sumativa “faz referência ao juízo final e global de um processo que terminou e sobre o qual se emite uma valoração final” (p.31).

Neste sentido, da avaliação sumativa resultam medidas de certificação, de seleção e de promoção ou repetição. Tal como refere Zabalza (2003), a avaliação sumativa “pressupõe um ponto de chegada: é o momento final de um processo em que, uma vez controlado, o nível de rendimento alcançado é valorado e é atribuída uma classificação”(p.242).

Concluimos, sustentando que devemos definir o tipo de avaliação em função dos objetivos pretendidos e dos alunos. Desta forma, em disciplinas de Informática, pensamos que a avaliação deve ser essencialmente formativa e formadora, por se tratar de uma disciplina

predominantemente prática, pois a avaliação surge através dos projetos, pesquisas ou exercícios realizados, em que os alunos são chamados a tomar parte integrante da avaliação a que o seu projeto de construção de aprendizagens vai ser alvo.

Contudo, deve ser complementada com momentos de avaliação sumativa, para certificar e informar pais e alunos dos progressos ocorridos e/ou de lacunas a superar.

### **1.5 O Professor Reflexivo**

O exercício das práticas reflexivas tem-se desenvolvido à volta do conceito de reflexão que foi, e continua a ser, objeto de estudo por parte de autores de diversas áreas.

A ideia de professor reflexivo surgiu inicialmente nos EUA como reação à concessão tecnocrática de professor, mero aplicador de pacotes curriculares pré-concebidos numa perspectiva descendente de racionalidade técnica que, tem reduzido a função do docente a um conjunto de competências técnicas sem sentido personalizado, impondo uma separação entre o eu pessoal e o eu profissional e criando nos professores uma crise de identidade.

“O papel do docente prático reflexivo consiste em colaborar no processo de resolução de problemas. A aquisição de conhecimentos é a base fundamental para a resolução de problemas contextuais. A própria prática consiste numa forma de aprendizagem ou de investigação na acção. Neste contexto, a aprendizagem profissional é uma dimensão da prática mais do que uma actividade realizada fora do trabalho. Com base na perspectiva do modelo prático reflexivo a competência profissional consiste na capacidade de actuar de maneira inteligente em situações novas e excepcionais.” (Fernandes et al, S.A)

Aprender a ser professor reflexivo é aprender a refletir de uma forma geral sobre as próprias experiências nas situações mais complicadas.

O pensamento crítico ou reflexivo tem subjacente uma avaliação contínua de crenças, de princípios e de hipóteses face a um conjunto de dados e de possíveis interpretações desses dados. A reflexão surge associada ao pensamento educativo e dizer que o professor se deve envolver na reflexão sobre a sua prática não é novo.

Assim, um professor que não reflete sobre o ensino atua de acordo com a rotina, aceitando a realidade da escola e os seus esforços vão no sentido de encontrar as soluções que outros definiram por ele. O professor reflexivo é, então, o que busca o equilíbrio entre a ação e o pensamento e uma nova prática implica sempre uma reflexão sobre a sua experiência, as suas crenças, imagens e valores.

Neste sentido, Zeichner e Liston (1996) consideram que há aspetos constituintes das práticas do professor reflexivo como, analisar e enfrentar os dilemas que se colocam na sua atividade, assumir os seus valores, estar atento aos contextos culturais e institucionais, envolver-se na mudança e tornar-se agente do seu próprio desenvolvimento profissional.

Neste enquadramento, o professor reflexivo é alguém que atribui importância a questões globais da educação, como as finalidades e as consequências do ponto de vista social e pessoal, a racionalidade dos métodos e do currículo e a relação entre essas questões e a sua prática de sala de aula. Assenta, pois, na procura de autonomia e melhoria da sua prática num quadro ético de valores democráticos.

Para o professor reflexivo, a reflexão sobre a sua prática “é o primeiro passo para quebrar o acto de rotina, possibilitar a análise de opções múltiplas para cada situação e reforçar a sua autonomia face ao pensamento dominante de uma dada realidade” (Cardoso, Peixoto, Serrano e Moreira, 1996, p. 83). Na mesma linha de pensamento, Brubacher, Case e Reagan (1994) argumentam que nos professores, a prática reflexiva:

- Ajuda-os a libertarem-se dos comportamentos impulsivos e rotineiros;
- Permite-lhes atuar numa maneira intencional e deliberada; e
- Distingue-os como seres humanos informados visto ser uma das características da ação inteligente.

O professor investigador tem de ser um professor reflexivo, mas trata-se de uma condição necessária e não de uma condição suficiente, isto é, na investigação a reflexão é necessária mas não basta. Na verdade, a reflexão pode ter como principal objetivo fornecer ao professor informação correta e autêntica sobre a sua ação, as razões para a sua ação e as consequências dessa ação; mas essa reflexão também pode apenas servir para justificar a ação, procurando defender-se das críticas e justificar-se. Assim, a qualidade e a natureza da reflexão são mais importantes do que a sua simples ocorrência.

Zeichner escreve: “O importante é o tipo de reflexão que queremos incentivar nos nossos programas de formação de professores, entre nós, entre nós e os nossos estudantes e entre os estudantes” (1993, p. 50).

Porém podemos dividir a reflexão em três tipos, a reflexão na ação, a reflexão sobre a ação e a reflexão sobre a reflexão na ação. Os dois primeiros tipos são particularmente reativos, separando-os simplesmente o momento em que têm lugar, o primeiro acontecendo durante a prática e o segundo depois do acontecimento, quando este é revisto fora do seu cenário. É ao reflectir sobre a ação que se consciencializa o conhecimento tácito, se procuram crenças erróneas e se reformula o pensamento. Como refere Alarcão (1996), essa reflexão consiste numa reconstrução mental retrospectiva da acção para tentar analisá-la, constituindo um acto natural quando percebemos diferentemente a acção.

A reflexão sobre a reflexão na acção é aquela que ajuda o professor a avançar no seu desenvolvimento e a estruturar a o seu conhecimento.

Trata-se de olhar retrospectivamente para a acção e reflectir sobre o momento da reflexão na acção, isto é, sobre o que aconteceu, o que o professor observou, que significado atribui e que outros significados podem atribuir ao que aconteceu (Schön, 1992).

As conversações reflexivas podem ser colaborativas e em muitos casos contribuem para a toma de decisões, a compreensão e a troca de conhecimento e de experiências.

A ideia de reflexão surge associada ao modo como se lida com problemas da prática profissional, à possibilidade da pessoa aceitar um estado de incerteza e estar aberta a novas hipóteses dando, assim, forma a esses problemas, descobrindo novos caminhos, construindo e concretizando soluções.

Os professores que refletem em ação e sobre a ação estão envolvidos num processo investigativo, não só tentando compreender-se a si próprios melhor como professores, mas também procurando melhorar o seu ensino.

## **1.6 O Professor Investigador**

Todo o professor investigador começa por ter uma postura na sua profissão como pensador e crítico que questiona e se questiona, segundo Fernández (S.A, p.61) refere que L. Stenhouse (1984) “Defende uma necessidade de os professores assumirem uma atitude investigativa sobre a sua própria prática docente e define esta atitude como <<Uma condição para examinar com sentido crítico e sistematicamente a própria actividade prática>>.” Seguindo este raciocínio os professores investigadores devem dispor de tempo para questionarem as suas teorias de ação. Para isso os professores devem começar por explicar as suas teorias defendidas sobre o ensino e as suas teorias em uso nas salas de aula.

Pois só após uma análise das compatibilidades e incompatibilidades possíveis de existir entre os dois princípios da sua teoria de ação e os argumentos nas quais acontecem serão os professores capazes de aumentar o conhecimento do ensino, dos argumentos e de si próprios como professores. Podemos dizer que a reflexão colabora para a consciencialização dos professores das suas teorias pessoais que desenvolvem a sua ação,

“Os professores investigadores devem criar processos de análise críticos para poderem identificar, compreender e explicar as suas dificuldades da prática. O docente actua como teórico crítico, como criador das suas próprias teorias, comprovando a sua validade e aplicação prática e também como estratégia, rendibilizando os seus esforços políticos e decisões na resolução dos problemas educativos.” (Fernández, S.A, p.62)

Os professores deveriam de ter uma participação mais ativa na elaboração do currículo para não passarem de meros técnicos e para poderem influenciar no âmbito pessoal, coletivo e social.

Para Alarcão o papel do professor investigador tem dois princípios, um de natureza inclusiva da atividade investigadora no exercício da profissão de professor e outro com a formação de professores para o desempenho crítico da sua atividade numa ótica experiencial-investigativa.

“1º princípio: todo o professor verdadeiramente merecedor deste nome é, no seu fundo, um investigador e a sua investigação tem íntima relação com a sua função de professor.

2º princípio: formar para ser professor investigador implica desenvolver competências para investigar, sobre e para a acção educativa e para partilhar resultados e processos com os outros, nomeadamente com os colegas.” (p.6)

Ainda Alarcão sobre o papel do professor investigador define uma série de competências e atitudes essenciais à vivência dos professores como investigadores:

“Atitudes:

- espírito aberto e divergente
- compromisso e perseverança
- respeito pelas ideias do outro
- autoconfiança
- capacidade de se sentir questionado
- sentido da realidade
- espírito de aprendizagem ao longo da vida

Competências de acção:

- decisão no desenvolvimento, na execução e na avaliação dos projectos
- capacidade de trabalhar em conjunto

- pedir colaboração
- dar colaboração

Competências metodológicas:

- observação
- levantamento de hipóteses
- formulação de questões de pesquisa
- delimitação e focagem das questões a pesquisar
- análise
- sistematização
- estabelecimento de relações temáticas
- monitorização

Competências de comunicação:

- clareza
- diálogo (argumentativo e interpretativo)
- realce para os aspectos que contribuem para o conhecimento ou resolução dos problemas em estudo.

Em jeito de finalização, podemos concluir que os professores aprendem a investigar com os investigadores. As experiências em grupos de aprendizagem assinaladas pelo espírito de investigação constituem ambientes propícios ao desenvolvimento do espírito de pesquisa, componente transversal numa formação de nível superior.

## **CAPÍTULO 2**

### **AS REDES SOCIAIS E O MERCADO EMPRESARIAL**

Neste capítulo começamos por fazer uma integração teórica sobre a ponderação da Internet e Web 2.0. na sociedade (2.1), falaremos das redes sociais como ferramenta de trabalho na educação (2.2), falamos da pegada digital (2.2.1) e como as redes sociais estão associadas ao mercado de trabalho (2.3).

## 2.1. Ponderação da Internet e Web2.0. na sociedade.

Segundo McConnel & Ward-Perkins (1996) a Internet não foi concebida para as empresas, mas sim como uma rede de comunicação do exército dos Estados Unidos da América, que progressivamente foi adotada pelos investigadores e universitários do mundo inteiro, tendo no princípio da década de 90 do século passado sido descoberta por jovens entendidos em informática e convertida em objeto de culto e moda.

“A 6 de agosto de 1991, o cientista Inglês Tim Berners-Lee publica a primeira página interativa, partilhando, assim a informação que havia recolhido em diversas investigações na área nuclear.” Em 1993 o Centro Europeu de Investigação Nuclear (CERN) anuncia que a World Wide Web (WWW) será de livre acesso para todos, sem custos associados, surge também o primeiro Web browser, o Mosaic, que passa a permitir ao utilizador navegar entre as páginas sem depender das ligações entre elas.

Já em 1996 dois jovens estudantes da Universidade de Stanford, Larry Page e Sergy Bin desenvolvem o Backrup, um motor de busca que consiste em analisar links agregados a determinado website, dando origem ao Google em 1998. Em 1999 é lançada a plataforma “Blogger”, que permite a criação e atualização de blogues de forma muito simples e sem grandes conhecimentos informáticos. Em 2003 surge o MySpace e o Hi5, aplicações que permitem aos utilizadores, partilhas de perfis pessoais, músicas e vídeos, como refere (Gomes, 2010).

Toda esta transformação da Internet e sua conseqüente massificação veio alterar hábitos na sociedade, ao nível da comunicação, do setor empresarial, educacional e cultural, pois hoje em dia “as empresas, os governos, os políticos e, sobretudo, os cidadãos despertaram para a sua importância e há quem defenda que poucas serão as decisões a tomar no futuro sem ter em conta as ferramentas sociais” (Gomes, 2010).

Pois há pouco tempo atrás as pessoas para obterem conhecimento de algum assunto específico teriam que ler um livro ou fazer uma viagem, e por muito tempo os livros e as viagens eram consideradas as formas mais comuns de adquirir conhecimento. Embora se possa continuar a proceder dessa forma, tendo uma perspetiva mais real e interativa no caso das viagens, a verdade é que inúmeros sites dispõem a informação que está nos livros de uma forma fragmentada e as viagens podem ser realizadas de uma forma virtual sem sair da frente de um monitor ligado a um ponto de acesso à internet. Também ela teve um profundo impacto na forma como hoje comunicamos. Ao longo do tempo a humanidade vem estreitando as relações e desenvolvendo os meios de comunicação. A internet trouxe uma enorme influência neste processo. ICQ, IRC, e-mail, MSN, Voip e as redes sociais, são algumas das contribuições da internet que vem influenciando significativamente a maneira como a humanidade comunica.

É claro que o universo académico não é alheio a tudo isto, começando pelo topo, muitas vezes na vanguarda dos acontecimentos, até à sua base, onde os alunos não são mais os mesmos e os professores também não, pois a Internet ajudou a criar alunos mais informados e professores com melhores ferramentas para o exercício das suas funções. A sua influência também se verifica no setor económico e financeiro, a chamada economia tradicional vem perdendo espaço para a nova economia, onde consumidores compram sem sair de casa. Esta nova forma de consumo trouxe uma enorme mudança nas relações comerciais, influenciou e influencia o surgimento de novas empresas, produtos e consumidores, conseqüentemente influenciou o mundo financeiro e como as pessoas lidam com ele.

No entanto este universo da internet impõe alguns cuidados, não podemos esquecer que nela as pessoas ficam cada vez mais expostas e a perda da privacidade é uma

consequência. A participação nas redes sociais, blogs, fóruns e outros sites interativos deixam um rastro, uma pegada digital. Utilizados pelas empresas para fins comerciais e profissionais, e pelas autoridades como meio fiscalizador. Segundo Gomes (2010) “A internet atua como fiscalizador” dando como exemplo os políticos que quando têm um segredo acabam por ver o mesmo exposto na net “Se alguém diz alguma coisa temos de imediato um exército de bloggers que vão verificar essa informação. Se estás a mentir, a internet vai descobrir”. Cruz, segundo Gomes (2010) afirma que os alunos gostam de estar na Web e produzir para ela.

## **2.2 A Educação e as Redes Sociais**

As redes sociais virtuais fazem parte do currículo elaborado pelo MEC. Estão implementadas em quase todas as escolas, como refere Osório (2007) que “A plataforma Moodle é uma base contínua de aprendizagem que envolve diferentes ambientes de aprendizagem: a sala de aula e a casa (...). Recomendo ainda, o alargamento das informações aos pais dos alunos para que estes também possam orientar a educação dos seus filhos” (p.76).

No fórum da “TSF” aquando da comemoração dos dez anos do Facebook, foi referido por várias personalidades da nossa sociedade que as redes sociais vieram para ficar (Guedes, 2014), esta é uma realidade que nós próprios como docentes verificamos nas nossas escolas e no meio que as rodeia, cabendo-nos a nós o papel de orientadores, para uma utilização responsável e cuidada em cooperação com os pais dos nossos alunos. As redes sociais se não tiverem uma utilização responsável, podem trazer problemas futuros aos nossos educandos, visto que muitos deles entram para as redes sociais sem primeiro se informarem acerca das mesmas, outros por influência dos colegas, outros porque é moda e ainda por mera curiosidade, esquecendo-se que estão a entrar numa sociedade virtual expondo por vezes a sua

própria vida e a dos outros, como refere Faerman (2011) “ (...) goste-se ou não – é um simulador de sociedade (uma sociedade de classe média/média-alta, com acesso à Internet, preocupações mais ou menos burguesas). É como um filho não reconhecido do Second Life e do Big Brother. A diferença é que se pode entrar sem participar em nenhum casting e que não há um grande vencedor.” (p.14)

Além disso, o incremento do uso das redes sociais, principalmente pelos alunos, tem influenciado a educação em vários aspetos positivos e negativos. Pode-se dizer que a contribuição positiva está relacionada com as novas possibilidades de aprendizagem, pois o fácil acesso às informações através da internet e a comunicação através das redes sociais e cursos à distância abrem espaço para uma aprendizagem em rede. Por outro lado existem riscos inerentes ao mau uso da internet, tornando-se necessária uma orientação dos jovens no uso destes recursos. A linguagem utilizada na rede também é uma grande preocupação entre pais e professores, pois ela se difere completamente do que é ensinado nas escolas: estando a surgir uma nova forma dos jovens comunicarem, através de “dialetos digitais”, abreviações de palavras e substituições de letras para simplificarem e tornarem mais rápida a conversa. O que mais inquieta é que esse dialeto está ser inserido no quotidiano dos jovens, o que pode comprometer a sua aprendizagem.

Seja como for as redes sociais são uma realidade com a qual temos que lidar, e assim sendo só nos resta capitalizar a nosso favor enquanto docentes e torná-la em mais uma ferramenta de trabalho, para isso devemos formar os nossos alunos para uma utilização correta e consciente das mesmas.

### 2.2.1 Pegada digital

A pegada digital é tudo aquilo que está na Internet a nosso respeito, desde o nosso cadastro num servidor Web, fórum ou rede social até ao tempo que estamos na mesma, é tudo o que é publicado por nós e a nosso respeito na internet, é também o rasto que deixamos quando navegamos pela Web, em suma é tudo aquilo que pode ser rastreado online e possa levar á nossa identificação, localização e intervenção na Internet.

Pegada digital começa logo que nos ligamos à internet, pois nesse momento é nos atribuído um número o qual é designado por Internet Protocol, vulgarmente denominado por IP. Logo aí estamos em condições de sermos localizados por qualquer outro utilizador, o IP é o meio inicial que as autoridades têm para rastrear infratores de atividades ilícitas praticadas na Internet.

Acima de tudo a pegada digital funciona como uma espécie de ilustração da nossa individualidade na Internet. Fernandes (2013) afirma que “Basta pensar, por exemplo, que quando se quer saber algo sobre alguém ou sobre uma organização, o primeiro impulso é pesquisar num motor de busca. E, então, forma-se opinião baseada não só no que a pessoa/empresa publicou como no que os outros publicaram a esse respeito.” Por isso a pegada digital é também um desenvolvimento que classifica e qualifica a nossa presença online. Que segundo Fernandes (2013) “Nada disto seria muito relevante, contudo, se não se fosse, assim, criando uma reputação online, baseada nesta pegada digital, permanentemente alimentada, que é utilizada pelos demais para criarem juízos de valor e tomarem decisões, algumas com impactos importantes, designadamente de ordem profissional”.

E é neste setor que pegada digital pode gerar mais embaraço, pois como diz Fernandes (2013) “Idealmente, a pegada digital deveria ser positiva ou, pelo menos, neutra. Nos processos de selecção e recrutamento pesquisa-se sobre os candidatos em busca de

publicações provocatórias ou desadequadas, marcas de abuso de álcool ou consumo de substâncias ilegais, experiências profissionais relatadas por anteriores empregadores ou clientes, opiniões reveladoras de crenças discriminatórias sobre raças, religiões, género. Também é muito fácil perceber comportamentos difíceis e violentos, propensão para conflitos e atitudes tóxicas, entre muitos outros aspectos.”

Também Fernandes (2013) diz que “As motivações que levam à criação de uma identidade digital são inúmeras, por razões pessoais ou profissionais, mas integram o foro de cada um. No entanto, em meu entender, e como em tudo na vida, rápida e facilmente se cai no exagero” e “Em maior ou menor grau, quase todos, na actualidade, possuem uma pegada digital.”

### **2.3 O Mercado laboral e as redes sociais**

Apesar das redes sociais surgirem no meio estudantil, rapidamente passaram para o mercado laboral, pois as empresas depressa reconheceram a utilidade das mesmas para se darem a conhecer a si próprias e aos seus produtos, olhando estas nestes últimos tempos para as redes sociais como um recurso importante para as mesmas.

Tendo as redes sociais milhões de utilizadores, as empresas vêem nestas uma oportunidade se darem a conhecer, quer sejam potenciais clientes, fornecedores ou colaboradores, atingido esse objetivo de uma forma rápida e económica, potencializando assim as suas possibilidades de negócios. Sendo principalmente mais vantajoso para as pequenas e médias empresas com poucos recursos humanos.

No passado dia 4 de Fevereiro de 2014 no fórum da TSF sobre o Facebook, vários intervenientes afirmaram que o Facebook é a rede social virtual com mais utilizadores (Guedes, 2014), informação confirmada por Cardoso (2014) “O site BI Intelligence divulgou

a lista das redes sociais mais acedidas do mundo.”Onde se verifica que até outubro de 2013 a maior rede social virtual é o Facebook.

Assim foram dados vários testemunhos sobre a forma como utilizavam a mesma, desde: pedidos de trabalho, ofertas de emprego, partilha de recursos, entre outros. Verificando-se assim que o Facebook é uma ferramenta poderosa de partilha e procura de informação. Para Wheeler (2010) cada utilizador poderá tornar-se num criador de conteúdos, poderá partilhar, comunicar e difundir informação que outros poderão reutilizar e adicionar aos seus conhecimentos.

No entanto há pessoas que não querem participar nas redes virtuais e têm uma opinião diferente, defendem que as redes sociais fazem mal à sociedade, como referiu o “jornalista e escritor Miguel Sousa Tavares, um convicto resistente à maior rede social do mundo, não acredita na pulverização de amizades virtuais e causa-lhe arrepios o escrutínio, que não se apaga, a que as pessoas ficam sujeitas por frequentarem a teia de Zuckerberg.” (Wheeler, 2010)

É de salientar também que as redes sociais são um meio de pesquisa para as empresas relativamente às informações que possam obter acerca dos seus colaboradores, pois estas tentam traçar perfis a partir das redes sociais. Segundo Gomes (2010) “Um dos casos mais mediatizados a este nível foi o recrutamento feito pela IKEA Portugal para a loja de Loures, inaugurada a 25 de Maio de 2010, que decorreu exclusivamente online (...) através de redes sociais profissionais...”

Podemos assim ser beneficiados ou prejudicados pelo que publicamos nas redes sociais como foi o caso de um funcionário de uma empresa de segurança como refere Schreck (2013) “Pela primeira vez em Portugal foi preferida uma sentença sobre um trabalhador

despedido por comentários no Facebook. O tribunal deu razão à empresa, rejeitando a impugnação do despedimento.” (P.8)

*“Os dados do INE mostram que 60% das empresas com 10 e mais funcionários têm uma página oficial na Internet. Quanto às famílias, mais de 60% tem computador e acesso à Internet( ...). Quanto à utilização das redes sociais, em 2013, 35,5% das empresas com 10 ou mais funcionários utilizam estes meios para se ligarem aos clientes, fornecedores e parceiros de negócios. Segundo o INE “a dimensão da empresa é um factor importante para esta utilização, que é referida por 33,8% das pequenas empresas, 43,7% das médias empresas e 51,1% das empresas com mais de 250 pessoas ao serviço”.*(Laranjeiro, 2013)

Verificamos assim que é notório a crescente adesão das empresas às redes sociais virtuais, numa tentativa e acompanhamento das tendências da sociedade face às novas tecnologias. Segundo Gomes (2010) “As empresas que fazem recrutamento via web são normalmente modernas, flexíveis, abertas, globais, inovadoras, inteligentes, eficientes, mas sobretudo rigorosas”.

Com base na experiência da PES que versou sobre as TIC, constatamos que o uso das redes sociais por parte dos alunos do 3º ciclo de ensino e ensino secundário é generalizado, e que a forma como utilizam as redes sociais evidencia uma total despreocupação com conteúdos publicados e consequências futuras sobre os mesmos. Desta forma consideramos pertinente averiguar se as empresas utilizam a Internet e as redes sociais em particular como ferramenta de trabalho, nomeadamente ao nível dos recursos humanos, também verificar o quanto valorizam a informação que daí provém. Perceber se o efetuam de uma forma esporádica ou se é um procedimento generalizado entre as empresas. Consideramos também pertinente averiguar no meio estudantil, mais precisamente ao nível do ensino secundário, por serem estes os alunos dos que com quem interagimos estarem mais próximos de entrar no mercado de trabalho, qual a perceção que têm relativamente à pegada digital e à influência

que ela poderá ter futuramente na sua entrada para o mercado de trabalho. Analisar as considerações que os alunos têm sobre a utilização das redes sociais por parte das empresas como ferramenta de recrutamento. Para daí tentarmos retirar algumas conclusões que tenham utilidade para a classe docente, para que no futuro possam orientar melhor os seus discentes em função do mercado de trabalho.

### **CAPÍTULO 3**

## **PRÁTICA DE ENSINO SUPERVISIONADA: PRIMEIRA EXPERIÊNCIA NA EDUCAÇÃO**

Neste capítulo fazemos uma breve caracterização do contexto de intervenção da (PES) (3.1), designadamente, da escola cooperante (3.1.1), estrutura orgânica (3.1.2), da disciplina lecionada (3.2), das turmas (3.3), das reuniões de Acompanhamento Pedagógico e Científico na PES (3.4).

Apresentamos o planeamento, conceção e gestão da ação pedagógica ao longo da PES (3.5), designadamente o modo como planificamos as aulas (3.5.1), as estratégias (3.5.2), conteúdos (3.5.3) e os recursos educativos criados (3.5.4).

Também descrevemos e refletimos sobre as atividades letivas (3.6) e não letivas (3.7), onde cooperamos e/ou dinamizamos ao longo do ano letivo (3.7.1), bem como apresentamos os elementos de avaliação (3.8).

### 3.1 Contexto de Intervenção

#### 3.1.1 Escola Cooperante

Realizamos a PES na Escola Secundária Camilo Castelo Branco, situada na freguesia de Calendário, concelho de Famalicão, distrito de Braga. Esta escola é sede de um mega agrupamento com o mesmo nome, tem turmas do 7º ano ao 12º ano de escolaridade, porém a PES incidu somente nas duas turmas do 8º ano de escolaridade existente na escola, que totalizam 52 alunos (v. tabela 1).

TURMAS	MASCULINOS	FEMIMNOS	TOTAL
8º A	16	8	24
8º B	13	15	28
TOTAL	29	23	52

Tabela 1. Alunos da PES - 8º ano

#### 3.1.2 Estrutura Orgânica

A estrutura organizacional da escola onde realizamos a PES é composta da seguinte forma (v. diagrama 1).

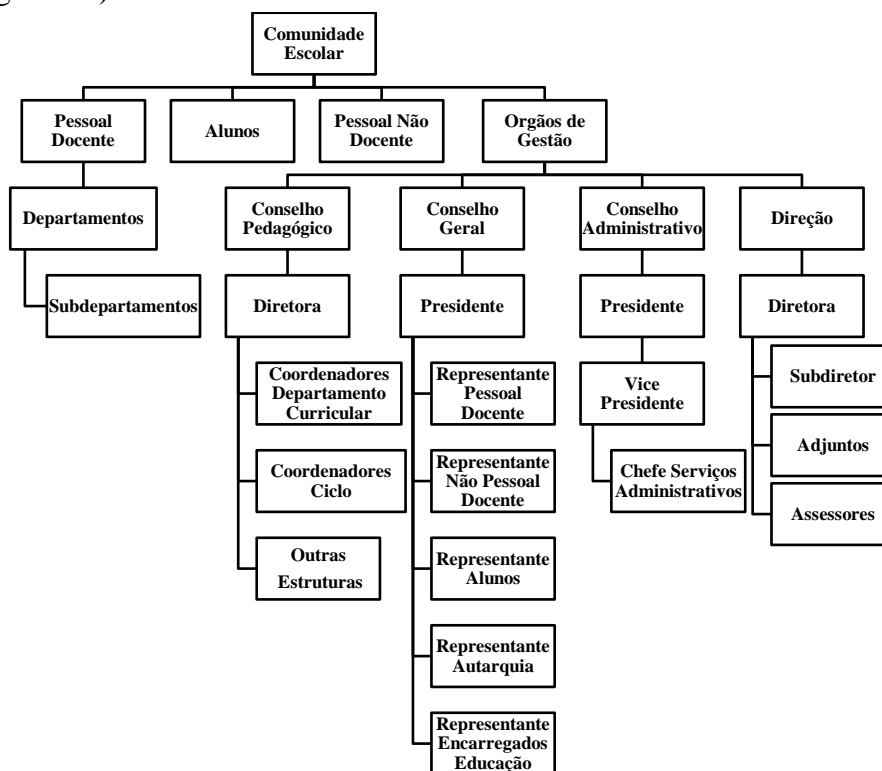


Diagrama 1. Estrutura Orgânica

### 3.2 Disciplina

A disciplina na qual decorreu a PES denomina-se de Tecnologias da Informação e Comunicação e faz parte do Currículo do 8º ano, 3º Ciclo do Ensino básico e

“assume-se como sendo de carácter eminentemente prático. Os domínios de conhecimento e de prática desta disciplina centram-se na informação, na produção e na comunicação e colaboração. O domínio da segurança é abordado de forma transversal nos outros domínios.” (Horta et al, 2012)

Por opção da escola onde realizamos a PES esta disciplina surge em regime semestral com uma aula por semana de 90 minutos, porém a carga horária poderia ser distribuída ao longo do ano letivo se a opção fosse uma aula semanal de 45 minutos. Assumindo-se como uma aula teórica e prática, com objetivo centrado na Informação, na Produção, na Comunicação e Colaboração dos alunos.

Procurando cumprir as metas curriculares estimulando os alunos nas atividades desenvolvidas, de acordo com os objetivos pretendidos com aprendizagem onde o professor tem a liberdade de escolher a melhor forma de fazer passar os seus conhecimentos orientando os alunos, nomeadamente para uma convivência na Internet de forma segura.

Com as TIC também promovemos a igualdade de oportunidades para os alunos na utilização das novas tecnologias da informação e comunicação desenvolvendo as suas capacidades cognitivas e permitindo uma literacia digital.

Os docentes devem desenvolver nos alunos as suas capacidades de análise crítica e do poder das novas tecnologias da informação e comunicação assim como a aptidão para a pesquisa, o tratamento de dados, produção de conteúdos e comunicar através das novas tecnologias, não deixando de parte os meios tradicionais. Visto que se tornou vital para as novas gerações adquirirem de forma sustentada, os novos conhecimentos para enfrentarem o futuro com êxito. Nunca descorando o fator segurança, dando especial relevo à proteção de

dados, assim como aos direitos de autor e à proteção dos próprios equipamentos de acesso às redes digitais.

As Tecnologias de Informação e Comunicação deram um grande salto com a evolução dos meios de comunicação, a internet veio revolucionar a forma como comunicamos agora.

Numa tentativa de tornar o ensino mais interessante e evitar o abandono escolar a escola e a sociedade devem ir ao encontro da era digital.

Encontrando-se esta forma de comunicação acessível a qualquer cidadão tornou-se imprescindível formar os nossos alunos para a nova realidade onde toda a informação passa a estar à simples distância de um clique, seja ela do tipo educacional, social ou comercial.

Estando o Currículo Nacional em permanente readaptação e reorganização quer por questões sociais, quer por questões políticas e ideológicas sempre que há uma mudança de governo, o currículo encontra-se em constante mudança.

As Tecnologias de Informação e Comunicação foram um dos aspetos que contribuíram para a alteração do Currículo e o estímulo do uso das mesmas na Educação fazendo com as escolas se adaptassem as novas exigências da sociedade.

“A escola e os professores, actores difusores da cultura e do conhecimento, têm que acompanhar de forma integrante esta evolução reajustando e adoptando uma conduta favorável às sinergias criadas pelas novas tecnologias. Há assim, necessidade de procurar novos modelos de prática pedagógica dentro e fora da sala de aula que permitam à escola um melhor acompanhamento na evolução sentida na sociedade.” (Osório e Puga, 2007, p. 61-62)

### **3.3 Turma**

As turmas onde se desenvolveu a Prática de Ensino Supervisionada foram divididas em 2 turnos cada uma, definindo-se assim o turno 1 e turno 2 de cada turma. No 1º semestre a PES foi desenvolvida com os turnos 1 e 2 do 8º A e no 2º semestre com os turnos 1 e 2 do 8º B. No 8º A os turnos eram compostos por 12 alunos cada um e no 8º B os turnos eram

compostos por 14 alunos cada um. Como a PES era composta por 2 professores estagiários, um ficou com os turnos 1 e o outro com os turnos 2.

Recorrendo aos Projetos Curriculares das Turmas (PCT), gentilmente cedidos pelos respetivos diretores de turma, traçamos o perfil cada turma com que íamos trabalhar para poder, antecipadamente, tirar partido das potencialidades das turmas e saber que pontos deveriam ser trabalhados.

Pela análise desses documentos, verificou-se que o turno 2 do 8º A era composto por 10 alunos do sexo masculino e 2 do sexo feminino, o turno do 2 do 8º B era composto por 9 alunos do sexo masculino e 5 do sexo feminino, verificou-se ainda que a média de idades dos dois turnos 2 era de 13,2 anos (v. gráfico 1 e 2).

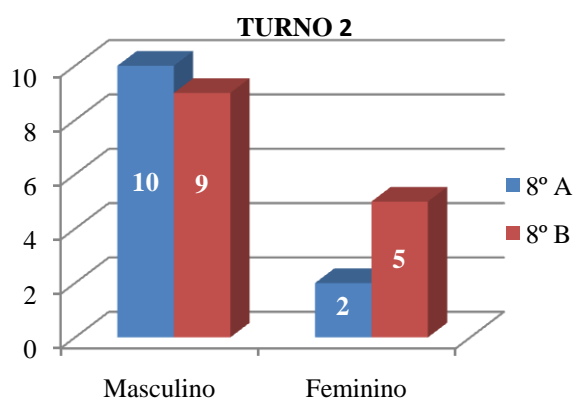


Gráfico 1. Género dos alunos dos turnos A e B

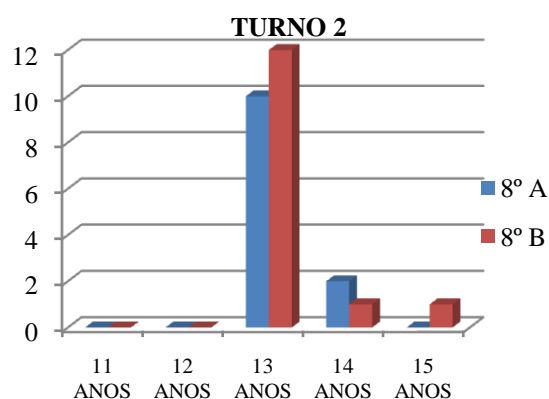


Gráfico 2. Idades dos alunos dos turnos

O nível sociocultural das famílias é heterogéneo mas pode ser considerado médio a avaliar pelas habilitações dos Encarregados de Educação que são as seguintes: 2 possuem Licenciaturas; 13 possuem o 12º ano de escolaridade; 6 possuem o 9º ano de escolaridade, 2 o 6ºano de escolaridade e 3 possuem a 4ª classe (v. gráfico 3).

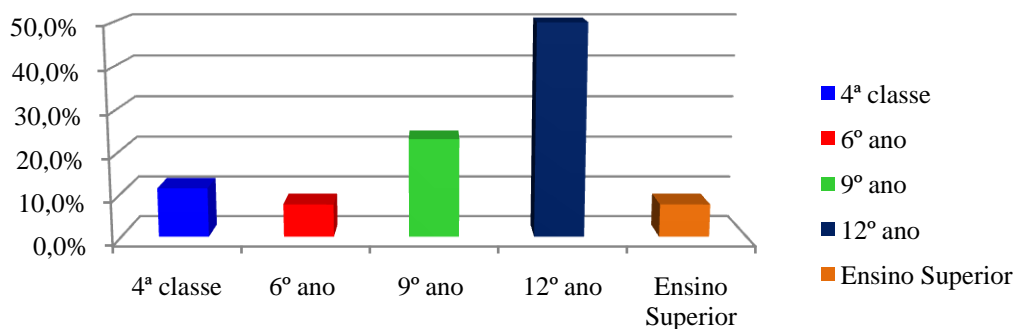


Gráfico 3. Habilitações Encarregados de Educação

No que diz respeito à composição do agregado familiar, 88% dos alunos vivem com os pais, 4% vive com o irmão, 4% vive com os avós e também 4% vive com o pai, sendo que nesta situação de agregado monoparental, nenhum aluno vive só com a mãe (v. gráfico 4).

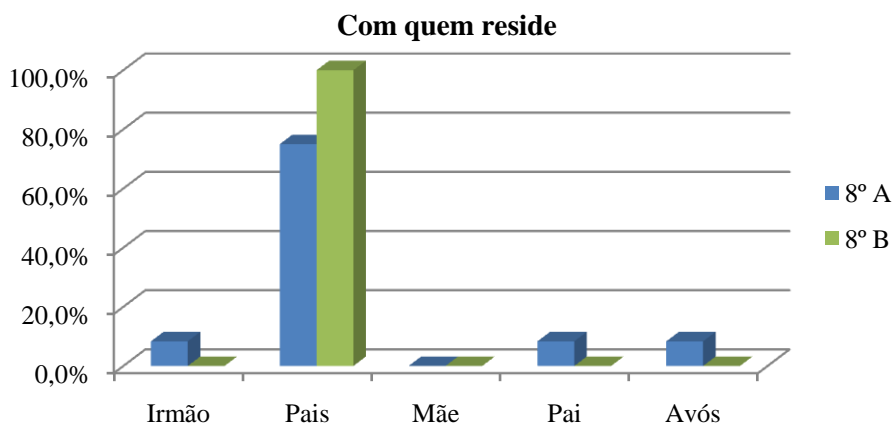
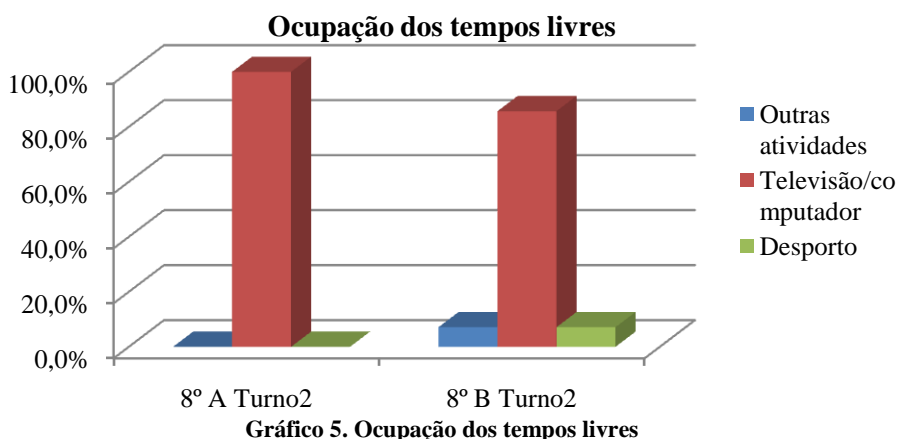


Gráfico 4. Com quem reside

A ocupação dos tempos livres destes alunos é maioritariamente no computador e a ver televisão (v. gráfico 5).



O turno 2 do 8º A revela um aproveitamento satisfatório existindo, no entanto, alguma desigualdade no domínio de algumas competências cognitivas. Verificamos que dos 12 alunos que compõem este turno, 4 apresentam dificuldades de aprendizagem, a nível da expressão compreensão oral e escrita, de raciocínio lógico e abstrato, de cálculo e interpretação de enunciados, 3 alunos revelam problemas a nível sócio afetivo, estando a ser acompanhados pelo CPCJ. Tendo ainda 2 alunos com problemas a nível disciplinar, sendo os mesmos já sujeitos a várias participações disciplinares e consequentes sanções. Segundo o relatório elaborado pelo diretor de turma estes alunos denotam grande desmotivação, perturbam constantemente as aulas, evidenciando total desinteresse pelos conteúdos programáticos. Em consequência disto foi decidido numa das reuniões de CTA que a turma tivesse outra disposição na sala de aula para uma melhoria da sua atitude disciplinar.

Conhecer a realidade da turma foi indispensável para nós, uma vez que nos ajudou a perceber as necessidades dos alunos a quem lecionávamos e nos possibilitou uma planificação mais adequada face à realidade da turma.

Relativamente ao turno 2 do 8º B o panorama é melhor, no geral revela um bom aproveitamento, com um bom domínio das competências cognitivas. Sendo que nos 14 alunos que compõem este turno, somente 2 apresentam dificuldades de aprendizagem, tendo no entanto atingindo os objetivos propostos. De realçar que comparativamente com o turno 2 do

8º A é um turno muito participativo e que demonstra uma competição saudável entre os elementos da turma.

O facto de termos lecionado primeiro o turno 2 do 8º A, levou-nos abordar o turno 2 do 8º B de uma forma diferente.

### **3.4 Reuniões de Acompanhamento Pedagógico e Científico na PES**

A PES como a própria sigla indica é a supervisão por parte de um professor mais experiente e mais informado, orienta um outro candidato a professor no seu progresso humanitário e profissional.

Assim sendo ao longo da PES tivemos várias reuniões semanais de acompanhamento com a orientadora cooperante, com o objetivo de ultrapassarmos as nossas dificuldades, apoiando-nos para atingirmos os objetivos exigidos, planeando connosco cada atividade que realizávamos, e nós transmitíamos todas as dificuldades que tínhamos no decorrer das aulas e na elaboração das mesmas.

A orientadora científica, para além do acompanhamento dado ao longo da pesquisa, assistiu a algumas aulas, onde compôs algumas críticas construtivas e mencionou os aspetos positivos e negativos na nossa prática, a fim de melhorarmos ao nível profissional. Salientou que o progresso tanto positivo como negativo deve ser organizado de acordo com os contextos, conteúdos, objetivos, materiais, relação pedagógica com os alunos, ação e aconselhando novos tipos de abordagens e estratégias sendo evidente a nossa evolução ao longo da PES.

Todos os recursos que produzimos tiveram a supervisão das nossas orientadoras a quem devemos as devidas correções que nos fizeram refletir sobre a coerência, de acordo com os planos de aula e adaptação às características dos alunos, assim como às alterações que

foram precisas relativamente à disposição dos alunos em contexto de sala de aula, com vista a obter melhores resultados.

“A iniciativa do professor é também fundamental na medida em que deve ser o professor a tomar uma atitude activa e a pedir a colaboração do supervisor para análise de situações problemáticas, devendo o supervisor assumir a atitude de um colega que, como elemento de apoio, de recurso, está à sua disposição para o ajudar a ultrapassar as dificuldades sentidas na sua profissão.” (Alarção e Tavares, 1987,p.31)

A PES revelou-se de extrema importância, contribuindo para o nosso crescimento pessoal e profissional enquanto professores. Levando-nos a refletir sobre os nossos atos de forma a reorganizar os conteúdos na nossa prática e tomarmos consciência das nossas decisões.

Tivemos também a oportunidade de assistir às reuniões de departamento, subdepartamento, reuniões de conselho de turma e reuniões de avaliação decorrentes da atividade normal de um professor estagiário. Neste âmbito foi possível verificarmos como era feita a condução das reuniões, que assuntos eram discutidos, de que formas eram referidas os vários pontos a debater, de tratar de assuntos do interesse da comunidade escolar, dos alunos, dos professores, conforme o cariz da reunião.

As reuniões acima mencionadas são por norma um espaço de reflexão, sobre os assuntos da comunidade escolar.

### **3.5 Planeamento, conceção e Gestão da Ação de Ensinar**

Neste ponto, referimos todo o trajeto de elaboração e planificação de estratégias. Assim evidenciamos de seguida o modo como flexibilizamos as nossas aulas o currículo prescrito, como planificamos, como nos propusemos a concretizar os objetivos e metas conducentes à concretização das aprendizagens, numa lógica flexível do currículo.

### 3.5.1 Planificação de Aula

O plano de aula torna-se necessário elaborar tal como refere Simões (1996), “tendo em vista alcançar determinadas metas, torna-se importante fazer uma previsão da acção a ser realizada. Esta previsão servirá como vector director que oriente a acção.”

Com intenção de levar os nossos alunos a atingir as metas curriculares oficialmente propostas desenvolvendo as competências necessárias para a sua concretização, recorreremos antes de cada aula à planificação da mesma.

Para planearmos as nossas aulas mobilizamos um conjunto de conhecimentos, experiências e procedimentos. Como podemos verificar na planificação de aula (v. anexo 1.2) que foi elaborada tendo em conta a planificação anual (v. anexo 1.1) e de acordo com as características dos nossos alunos e os conteúdos a lecionar.

A elaboração deste plano anual foi da responsabilidade do subdepartamento de informática que teve como linha de orientação o Currículo elaborado pelo Ministério da Educação. Como refere Pacheco (2001), a planificação anual “tem como principal finalidade estabelecer o conteúdo geral e seleccionar os recursos a utilizar num período de tempo a longo prazo em que se procura adaptar o currículo a uma situação concreta e identificada com a escola e os alunos” (p.108), e a planificação diária “tem como finalidade a organização das estratégias de ensino, a disposição da turma, a especificação das actividades a partir do conhecimento concreto dos alunos e do seu empenhamento” (idem, 2001:109), porém o próprio decorrer das aulas fez com que tivéssemos de reajustar os planos de aula.

A planificação das nossas aulas caracterizou-se pelo desenvolvimento de várias atividades teóricas e práticas que propõem-se atingir os objetivos anteriormente definidos na planificação anual, além de outras atividades entretanto adicionadas devido às necessidades específicas dos alunos. Na planificação devemos fazer uma reflexão sobre o rumo a tomar no

decorrer da aula, bem como a suposição dos seus resultados na organização funcional de todo o procedimento da mesma como um conjunto integrado e natural, mas nunca esquecendo de ter um plano B para eventuais situações que possam ocorrer.

“É de necessário salientar que o facto de se elaborar um plano é tão importante quanto é importante ser-se capaz de o pôr de lado. Uma aula deve "acontecer", ser viva e dinâmica, onde a trama complexa de inter-relações humanas, a diversidade de interesses e características dos alunos não pretende ser um decalque do que está no papel.” (Simões, 1996)

Podemos então dizer que ao planear, estamos a refazer o currículo face às situações reais em que os profissionais estão inseridos.

Na planificação diária, incluímos todos os elementos que contribuíram para a realização da aula. Onde aparecem pela seguinte ordem: primeiro o sumário, os objetivos gerais, os objetivos específicos, conteúdos, estratégias/atividades, tempo, recursos utilizados e avaliação. (v. anexo 1.2).

### **3.5.2 Estratégias**

Os conteúdos e a planificação a lecionar impuseram que fossem definidas estratégias consideradas no âmbito do que trabalhamos, adequadas e eficazes.

Este conceito de estratégia foi definido por Roldão (2009), onde refere, como sendo “um conjunto organizado de ações para a melhor consecução de uma determinada aprendizagem” (p.57). São, então estas, sequências de atividades que ajudam a consolidar a aprendizagem dos objetivos propostos.

As estratégias utilizadas ao longo do processo de ensino foram definidas, articuladas e revistas de acordo com um teste de diagnóstico realizado no início do ano para saber as realidades e conhecimentos prévios dos alunos. Assim, as estratégias privilegiadas ao longo das nossas aulas foram as seguintes:

- Apresentação dos conteúdos aos alunos, promovendo a interação, o diálogo entre eles e o professor.
- Debate de ideias entre alunos e entre o professor e alunos.
- Realização de resumos dos conteúdos com os alunos para consolidação dos conhecimentos adquiridos.
- Promoção da aprendizagem ativa recorrendo das tecnologias disponíveis, valorizar a sua destreza.
- O acompanhamento personalizado para melhor identificar as suas dificuldades de forma a agir rápido e assim superar as dificuldades.
- Utilização de Mapas Mentais.
- Promoção da utilização de ferramentas da Web 2.0.

A forma como conduzimos a nossa prática enquadra-se no entendimento das metas curriculares.

### **3.5.3 Conteúdos**

Os conteúdos a lecionar na disciplina de TIC foram elaborados a partir da planificação anual. Cada aula foi planificada de acordo com os conteúdos da planificação anual e encontram-se descritos nos respetivos planos de aula, anexados em suporte digital neste relatório. (v.anexo1.2).

As nossas planificações tinham uma linha orientadora das aprendizagens que queríamos desenvolver e orientar para atingir objetivos e metas.

Para transmitir os conteúdos criamos recursos diversificados no sentido de podermos facilitar a aprendizagem usando todo o material em contexto educativo, de forma a os alunos consolidarem os conhecimentos.

Ao longo da nossa PES, tivemos o cuidado de escolher os recursos que melhor se adaptavam aos objetivos que pretendíamos atingir em cada aula. Assim, as nossas aulas seguiram uma aproximação à linguagem dos alunos, sendo nossa intenção envolvê-los na aprendizagem.

No entanto convém definir qual o significado de competência e de objetivo, conceitos que são muitas vezes matéria de confusão que pode surgir no meio da comunidade escolar. Roldão (2003), op. cit. por Alonso (2004), refere objetivo como “aquilo que se pretende que um aluno aprenda, numa dada situação de ensino e aprendizagem e face a um determinado conteúdo ou conhecimento” (p.9). Por competência entende-se o “saber que se traduz na capacidade efectiva de utilização e manejo – intelectual, verbal ou prático – e não a conteúdos acumulados com os quais não sabemos nem agir no concreto, nem fazer qualquer operação mental ou resolver qualquer situação, nem pensar com eles” (idem, 2004:9). Podemos assim dizer, como refere Roldão (2003), op. cit. por Alonso (2004), que “a competência é o objectivo último dos vários objectivos que para ela contribuem” (p.9). Os objetivos propostos para cada aula foram definidos a partir dos conteúdos que se pretendia lecionar, encontrando-se enumerados nos respetivos planos de aula.

Por fim salientamos que nas nossas aulas todos os recursos apresentados e usados foram disponibilizados aos alunos através do Moodle da ESCCB (v. figura 1).

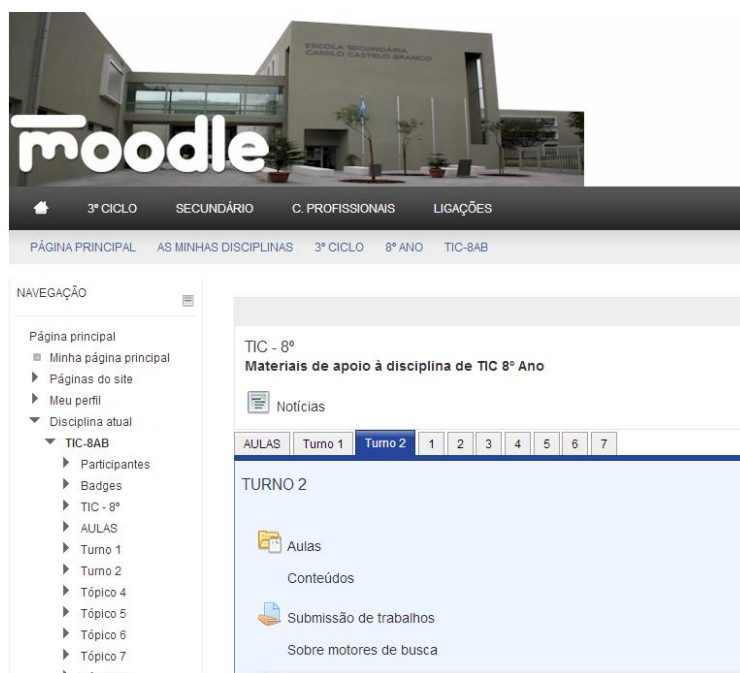


Figura 1. Repositório da turma TIC 8.º Ano turno 2

O moodle faz parte do plano anual das TIC do 8.ºAno. Daí termos utilizado o mesmo não só como ferramenta de trabalho mas também como repositório da turma.

Foram criados alguns recursos, realizadas algumas atividades com o intuito de tornar os alunos mais ativos, serem o centro da sua aprendizagem, crescendo tanto ao nível da aprendizagem, como tornando-os mais autónomos.

Para isso, realizamos as seguintes atividades motivadoras da aprendizagem onde o professor assumiu o papel de orientador: webQuest-sistemas operativos e Caça ao Tesouro - Introdução Hardware.

- **WebQuest**

É uma metodologia de pesquisa orientada para a utilização da internet na educação, onde toda a informação com que os alunos interagem provém da própria Web. Na WebQuest que realizamos com os nossos alunos desafiamos a imaginarem que tinham sido nomeados diretores de informática de uma grande empresa (v. figura 2) e que tinham como tarefa

escolher o melhor sistema operativo, tendo em conta os seguintes fatores: Custo, segurança e robustez, e que não implicasse aquisição do novo Hardware para a empresa.



Imagina que te nomeiam como director de informática de uma empresa de grande porte. Numa reunião, com a administração, foi-te comunicado que as primeiras tarefas a realizar seriam:

- Estudar os sistemas operativos disponíveis no mercado;
- Decidir o mais adequado ao equipamento existente na empresa.

Para complicar, o trabalho, **foram enumerados algumas restrições:**

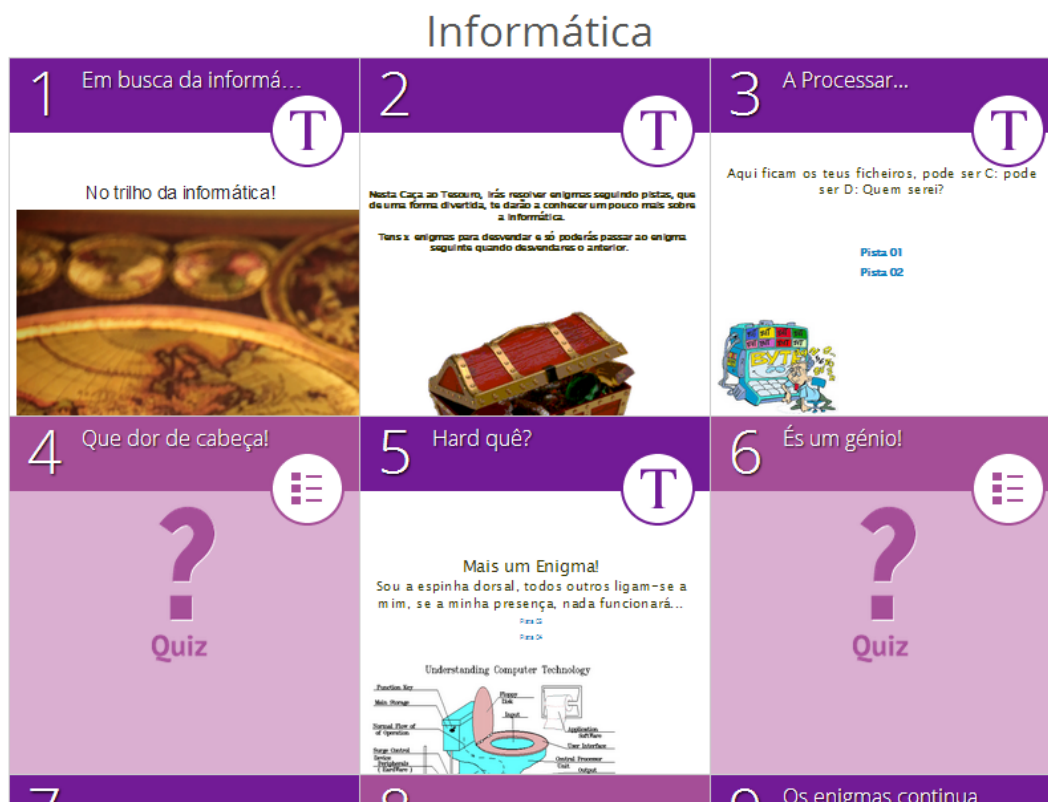
- O preço, que não deve ser elevado;
- Segurança e robustez do sistema operativo;
- Não implicar aquisição de novo material para a empresa:

Indicações Para o Docente: [WebQuest](#)

**Figura 2. Página principal da webQuest - sistemas operativos**

- **Jogo Caça ao Tesouro**

Este jogo educativo resumiu-se na Introdução ao Hardware onde os alunos para chegarem ao fim da caça ao tesouro tiveram que decifrar as várias pistas deixadas em cada etapa (v. figura 3).



**Figura 3. Caça ao tesouro - Introdução Hardware**

Com a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação os professores têm de inovar procurando novas ferramentas da Web 2.0 para cativar os alunos, despertando-lhes desta forma o interesse pelas novas tecnologias, quebrando o que estes chamam de aulas monótonas.

“diversão e conhecimento mesclam-se de maneira natural nos jogos computadorizados. Por possuírem componentes lúdicos, interativos e desafiadores, atraem a atenção do educando, que deixa de decorar ensinamentos para aprender a fazer as perguntas certas, a tomar decisões e, em algumas situações, a comunicá-las a terceiros.” (Osório et al., 2007, p. 59)

Este tipo de jogos foram aplicados para avivar e incentivar a utilização da internet uma vez que os conteúdos já tinham sido adquiridos pelos alunos em anos transatos.

Verificamos que tanto a WebQuest como a caça ao Tesouro proposto aos alunos foi bem aceite e que estes recursos contribuíram para o seu desempenho escolar e social, visto que todos participaram e trocaram ideias entre eles a fim de concretizarem os objetivos.

### 3.6 Condução das aulas

A nossa intervenção pedagógica teve início no ano letivo e começou por uma reunião para a discussão do plano anual da disciplina, agora com as metas curriculares, assim como as atividades a realizar em contexto de sala de aula de forma a cativar os alunos para uma aprendizagem sólida, responsável e valorizando o aspeto crítico dos mesmos.

Na primeira aula fomos apresentados aos alunos pela nossa orientadora cooperante que explicou aos alunos a forma como iriam decorrer as aulas, assim como quem iria assumir o controlo das aulas, para que estes não ficassem confusos nem estranhassem o facto de estarem dois professores dentro da sala de aula.

Após os devidos esclarecimentos a turma foi dividida em dois turnos ficando metade dos alunos numa sala com um estagiário e os restantes com outro estagiário noutra sala. Sendo assim, foi possível ter um computador por aluno o que veio a revelar-se como meio facilitador na aprendizagem.

Começamos, normalmente por efetuar a chamada dos alunos, depois apresentamos o sumário, de seguida realizamos um resumo das aulas anteriores, de forma a relacionar com os conteúdos a tratar, interpelando os alunos recorrendo a um mapa mental para consolidar os conhecimentos já adquiridos, apresentávamos os objetivos para a aula e debatia-se o que era deles era esperado no fim da aula (v. figuras 4, 5 e 6).

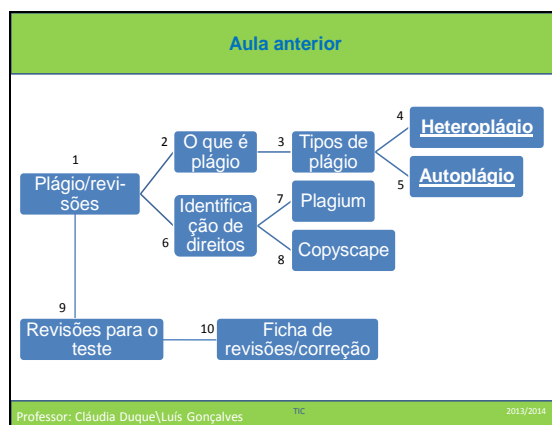
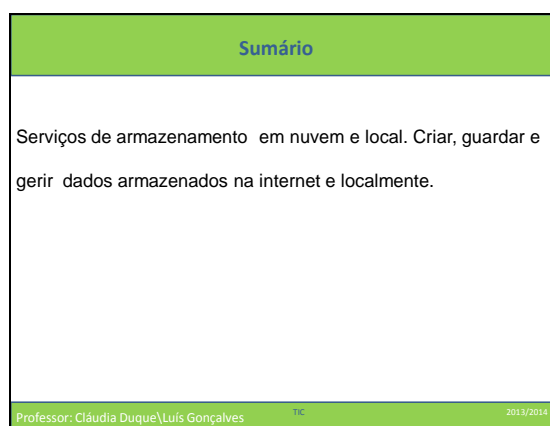
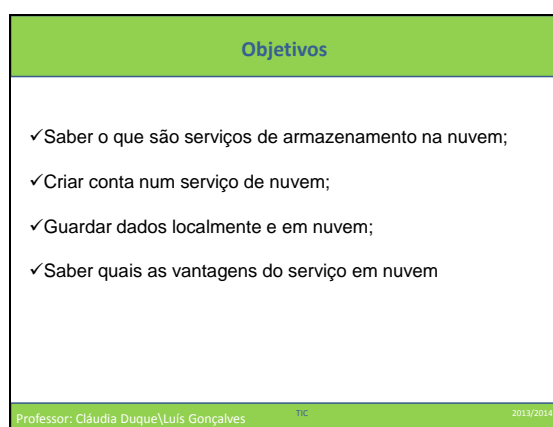


Figura 4. Mapa mental

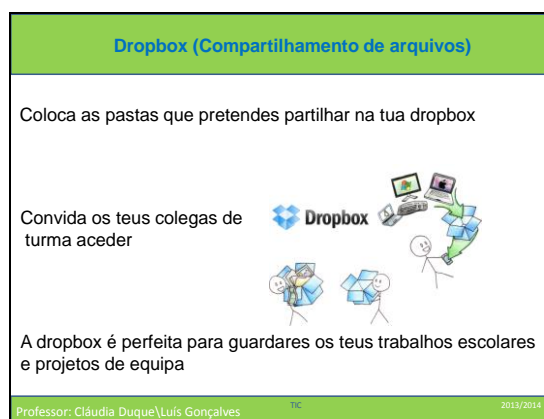


**Figura 5. Sumário**

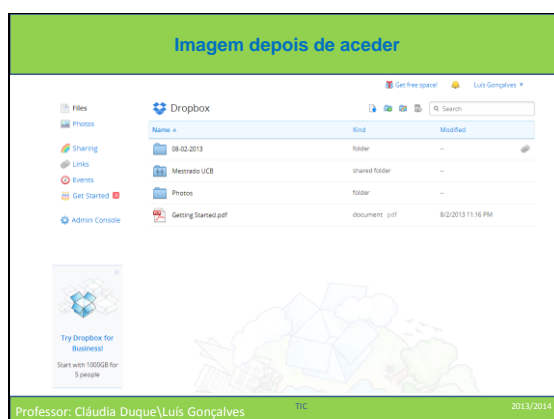


**Figura 6. Objetivos de aula**

Expostos os objetivos, apresentávamos os conteúdos (v. anexos 3.1) mas tentando sempre captar a atenção dos alunos e que os mesmos participem de forma ativa na aula. Levantávamos questões, procurando que a aula não se torna-se monótona contribuindo com exemplos práticos e reais aplicados no âmbito escolar, “obrigando” assim os alunos a ter uma opinião crítica e responsável em relação aos assuntos em debate. Criávamos por vezes uma discussão saudável entre os elementos da turma, dando-nos a nós professores a oportunidade de verificar se os conteúdos estavam a ser assimilados de forma correta, (v. figura7 e 8).



**Figura 7. Exemplo de uma exposição**



**Figura 8. Exemplo de uma exposição de conteúdos**

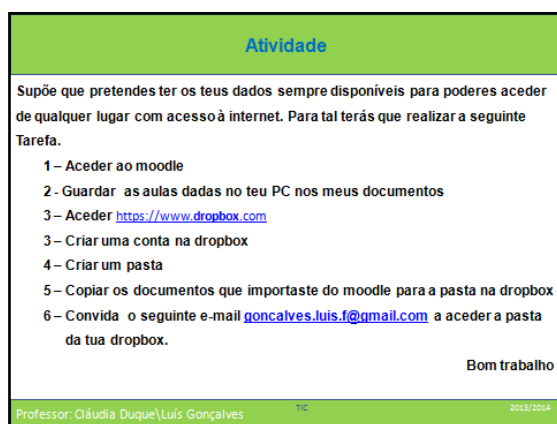
Após apresentarmos os conteúdos, solicitávamos aos alunos uma síntese da aula.

Para finalizarmos os alunos realizavam uma atividade prática para consolidação dos conhecimentos adquiridos. Em determinados trabalhos individuais, solicitávamos ao primeiro aluno que concluiu-se a atividade para demonstrar como a realizou através do computador destinado ao professor, para que os colegas conseguissem ver a resolução da atividade e ao mesmo também servir de estímulo. Também promovemos ajuda entre eles para que aprendam a partilhar e trabalhar em grupo de uma forma saudável preparando-os para um futuro bem sucedido não só académico como social.

A relação entre eles também foi analisada por nós no decorrer das aulas onde tivemos de intervir, relativamente ao comportamento e à disposição dentro da sala de aula e em casos particulares tivemos algumas conversas individuais com eles. Após estas pequenas

intervenções viemos a verificar uma melhoria considerável, tanto na atitude como no aproveitamento escolar.

Na realização das atividades (v. figura 9) e das fichas de trabalho demos sempre apoio individualizado aos alunos com mais dificuldades esclarecendo as dúvidas que foram surgindo e utilizávamos incentivos positivos para que os mesmos adquirissem mais autoconfiança. Concluíamos as aulas com os alunos a fazerem um resumo da mesma e apresentávamos os conteúdos da aula seguinte.



**Atividade**

Supõe que pretendes ter os teus dados sempre disponíveis para poderes aceder de qualquer lugar com acesso à internet. Para tal terás que realizar a seguinte Tarefa.

- 1 – Aceder ao moodle
- 2 - Guardar as aulas dadas no teu PC nos meus documentos
- 3 – Aceder <https://www.dropbox.com>
- 3 – Criar uma conta na dropbox
- 4 – Criar um pasta
- 5 – Copiar os documentos que importaste do moodle para a pasta na dropbox
- 6 – Convida o seguinte e-mail [goncalves.luis.f@gmail.com](mailto:goncalves.luis.f@gmail.com) a aceder a pasta da tua dropbox.

Bom trabalho

Professor: Cláudia Duque\Luís Gonçalves TIC 2013/2014

**Figura 9. Exemplo de uma atividade**

### 3.7. Atividades não Letivas

No decorrer da PES foram organizadas várias atividades na e para a comunidade escolar com a intenção de envolver a mesma numa instrução pedagógica comum a todos. Para tal realizamos dois WokShops cuja dinâmica foi da autoria do núcleo de estágio. Realizamos também um mural para consciencializar os alunos dos perigos da Internet. Desenvolvemos de um Placard com frases produzidas pelos alunos acerca da Segurança na internet. Promovemos dentro da escola, a propósito do dia europeu da segurança na internet, a semana da segurança na internet através da divulgação de vídeos sobre os perigos existentes na Internet no circuito interno da TV da ESCCB, distribuímos marcadores de leitura alusivos ao tema, colamos em

todas as portas das salas de aula da escola frases também referentes ao tema. Assinalamos que todas as atividades foram apresentadas à direção da escola onde se realizou a PES e aprovadas pela mesma. Podendo serem consultadas no Plano de Atividades (v. anexo 3.2).

Para além das atividades acima mencionadas, colaboramos no blog da ESCCB, de uma forma sistemática, mantendo a informação sobre a comunidade escolar atualizada.

Sempre que solicitado, prestamos assistência na manutenção e reparação dos equipamentos da ESCCB, como por exemplo na instalação de sistemas operativos, configuração de equipamentos, ligações de rede, entre outros.

Por indicação da orientadora cooperante disponibilizamos algum tempo para prestar alguma formação e indicações úteis ao pessoal auxiliar, relativamente à forma como deviam proceder à limpeza e ao manuseamento dos equipamentos.

Estas iniciativas contribuíram de forma positiva para a nossa integração na comunidade escolar.

### **3.7.1 Workshops**

Após várias propostas apresentadas no início da PES optamos por realizar uma das propostas que consideramos mais interessante para o curso profissional (Gestão e Programação de Sistemas Informáticos) uma vez que alguns alunos não iriam prosseguir os seus estudos ingressando no mercado de trabalho.

Para além de professores estagiários, também estamos inseridos no mercado empresarial prestando serviços técnicos. Considerando ser uma mais valia fomos incentivados pela nossa orientadora cooperante, a realizar um workshop sobre “Criação de uma Ethernet” e a importância de aproveitar recursos existentes em casa para os alunos.

Depois de apresentado o projeto à diretora da escola, do mesmo ter sido deferido, os alunos foram informados através de um comunicado interno.

Começamos o workshop por realizar uma breve descrição dos equipamentos utilizados (v. figura 10), em seguida efetuamos uma demonstração prática, interligando uma impressora de rede com dois computadores, usando as três ligações de rede mais comuns, rede cablada, wireless e rede elétrica, “powerline” (v. figura 11). Todos os alunos tiveram a oportunidade de exporem as suas dúvidas e testar o material utilizado no workshop, foram ainda transmitidas algumas informações úteis aos alunos sobre a abordagem mais adequada com o cliente. Este workshop foi dirigido para os alunos da orientadora cooperante do 12º ano do curso de Gestão e Programação de Sistemas Informáticos, face ao sucesso do mesmo, fomos convidados pelos professores do subdepartamento de informática a apresentar novamente este workshop aos restantes alunos do 12º ano deste curso.

Estes Workshops constam do Plano de Atividades (v. anexos 3.2).



Figura 10. Equipamentos utilizados

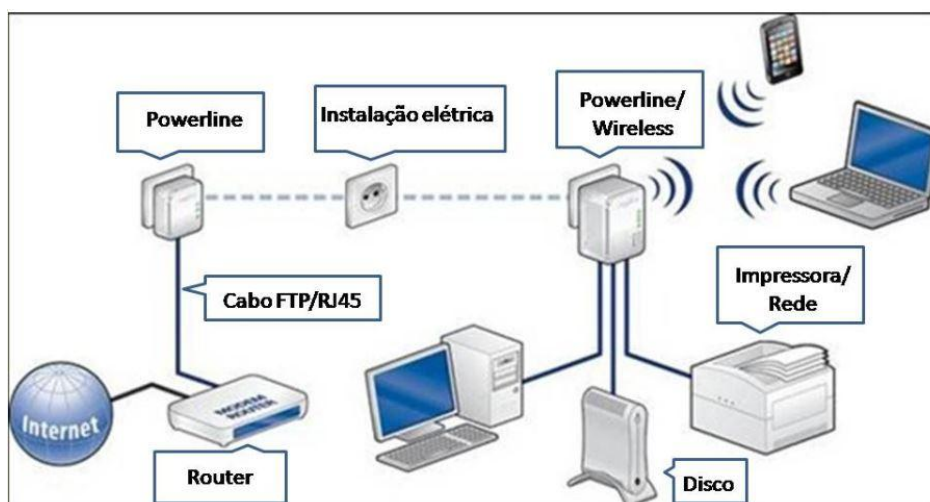


Figura 11. Configuração de rede

### 3.7.2 Mural sobre perigos da internet

Ao longo do primeiro semestre foi solicitado a todos os alunos da PES, que durante a aula, juntamente com a atividade desenvolvida e de acordo com ela, produzissem uma ou mais frases alertando para os perigos da internet.

O material recolhido foi posteriormente trabalhado informaticamente pelos alunos do 11º Ano nas aulas de multimédia e publicado no mural da escola.

### 3.7.3 Placard sobre segurança na internet

Ao longo do primeiro semestre foi solicitado a todos os alunos da PES, que durante a aula, juntamente com a atividade desenvolvida e de acordo com ela, produzissem uma ou mais frases sobre segurança na internet.

O material recolhido foi posteriormente trabalhado informaticamente pelos alunos do 11º Ano nas aulas de multimédia e com ele construído um placard, que foi exposto no hall de entrada da escola.

### 3.7.4 Semana da Segurança na Internet

A propósito do dia europeu da segurança na internet o núcleo de estágio propôs à direção da escola a semana da segurança na internet. Para tal planeamos e realizamos em conjunto com os alunos da PES e do 11º Ano do curso de Gestão e Programação de Sistemas Informáticos, que nas aulas de multimédia filmaram e editaram um vídeo sobre a segurança na internet, que foi transmitido no circuito interno de televisão da escola, durante essa semana. Manufaturamos marcadores de leitura, que foram disponibilizados aos alunos através da biblioteca (v. figura 12). Imprimimos frases relativa ao tema em balões de diálogo e pensamento, com e sem figuras, que colamos em todas as portas das salas de aulas da escola.



Figura 12. Marcador de leitura

### 3.8. Elementos de Avaliação

O processo de avaliação não é só importante para o aluno como para o professor pois é neste momento que ficamos a saber nós professores até que ponto os conhecimentos que pretendemos que os alunos adquiram estão a ser bem transmitidos. Dando-nos a nós professores a oportunidade de refazermos as nossas planificações e alterar as nossas estratégias para melhorar orientações futuras.

No entanto, não menos importante é avaliar os alunos para que os mesmos se sintam motivados na sua aprendizagem. A avaliação é, sem dúvida, uma etapa importante em todo o

processo educativo, pois permite tanto aos alunos como aos professores fazerem um diagnóstico e em colaboração tentar corrigir o que não foi bem sucedido.

Para além das técnicas e instrumentos de avaliação, o professor deve definir e dar a conhecer aos alunos e Encarregados de Educação, no início do ano letivo, os critérios de avaliação, para que a avaliação seja o mais objetiva possível. Os critérios de avaliação precisam de estar explícitos para que todos os intervenientes neste processo reconheçam a coerência entre as situações de ensino, de aprendizagem e de avaliação. Os critérios de avaliação da disciplina foram elaborados no início do ano letivo pelo subdepartamento de Informática, cujos critérios de avaliação se dividem dois domínios:

Conhecimentos e atitudes/valores, com ponderação de 75% para o domínio dos conhecimentos e 25% para o domínio das atitudes/valores (v. anexo 2.1).

Ao longo da nossa intervenção na PES, tivemos o cuidado de realizar uma avaliação fundamentalmente contínua e progressiva, permitindo o registo da evolução do aluno aula a aula e a recuperação em tempo útil, de qualquer dificuldade. Para tal, utilizamos a avaliação formativa, sumativa e a autoavaliação uma vez que, aquando do início do nosso estágio, o orientador cooperante já havia efetuado uma avaliação diagnóstica aos alunos no início do ano letivo e cujos resultados nos foram transmitidos.

A avaliação formativa, realizada aula a aula, e visa contribuir para a formação do aluno e para a melhoria da sua aprendizagem. Sendo a disciplina de TIC essencialmente prática, consideramos que este tipo de avaliação seria a melhor forma de avaliar todos os projetos, trabalhos, pesquisas, atividades e exercícios realizados ao longo das aulas.

Assim sendo, para além da observação direta e registo aula a aula numa grelha de observação por nós desenvolvida (v. anexo 2.2), também fomos retirando algumas notas ao longo de cada aula, que nos permitiram identificar as dificuldades dos alunos de modo a

conseguir orientá-los ao longo de todo o processo de ensino-aprendizagem. A informação recolhida através das grelhas de observação diária foi transferida, para uma grelha de avaliação final (v. anexo 2.3), na qual se encontram os critérios de avaliação definidos no início do ano letivo.

Nas reuniões de direção de turma analisávamos as notas dos alunos e as suas atitudes com objetivo de em conjunto delinear novas formas de combater o insucesso escolar e os comportamentos menos apropriados por parte dos alunos e ajudávamos na organização e produção dos dossiers da direção de turma.

A avaliação sumativa foi realizada no fim dos conteúdos, através de um teste de avaliação e outro de caráter prático, que teve como principal função informar alunos e Encarregados de Educação dos progressos ocorridos (v. anexo 2.4).

Foi com o intuito de levar os alunos a refletir sobre o seu desempenho ao longo do semestre que no final solicitamos a todos os alunos o preenchimento de uma ficha de autoavaliação (v. anexo 2.5).

## **CAPÍTULO 4**

### **METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO**

Neste capítulo, começamos por mostrar e fundamentar as opções metodológicas (4.1) que orientaram a pesquisa, procedemos à descrição do estudo (4.2), seleção e caracterização dos intervenientes (4.3 e 4.4), indicam-se as técnicas de recolha de dados (4.5), descrevemos os instrumentos utilizados e a sua validação (4.6) e, por fim, apuramos o tratamento realizado aos dados obtidos (4.7).

#### 4.1 Opções Metodológicas

Uma investigação envolve sempre um problema e segundo Coutinho (2011) “Duas questões muito simples ocorrem ao nosso espírito quando se fala de investigação científica. A primeira é “Qual é o meu Problema?” e a segunda é “Que devo fazer?”(p.5)

São estas duas questões o ponto de partida para qualquer investigação científica, embora se coloquem outras bem pertinentes, como: O que procurar? Como procurar? Onde procurar? Com que propósito? É a busca de respostas para a resolução dos nossos problemas, que nos faz meditar, planear, para depois agir.

Tendo em conta os objetivos do estudo e as condições disponíveis para a sua execução, seguimos por uma investigação de carácter quantitativo pois, como refere Coutinho (2011), “a pesquisa centra-se na análise de factos e fenómenos observáveis e na medição/avaliação de em variáveis comportamentais e/ou sócio-afectivas passíveis se serem medidas, comparadas e/ou relacionadas no decurso do processo da investigação empírica.” (p.24)

Assim também segundo Richardson, citado por Menegat, a abordagem quantitativa, “caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.” (p. 74)

Consideramos, portanto, ser esta a metodologia mais apropriada, pois pretendemos perceber como é que os nossos discentes e empresas interagem nas redes sociais.

As redes sociais tornaram-se um fenómeno social à escala global, com principal enfoco na população jovem, e este facto está a causar alterações profundas no mercado empresarial, principalmente ao nível do marketing.

Assim sendo e com o objetivo de compreendermos melhor como os nossos discentes e as empresas interagem nas redes sociais, para daí aferirmos conclusões no sentido de intervir na sua orientação para a pegada digital, propusemo-nos a realizar esta investigação.

Face às questões anteriormente aludidas, e dado que o principal objetivo é efetuar uma investigação em contexto real, dentro de um nicho geográfico específico, em que a afinidade entre empresas e discentes sujeitos ao estudo é próxima, leva-nos a optar pela realização de um Levantamento ou Survey.

A pesquisa por levantamento pode ser caracterizada como a angariação de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de um determinado grupo de pessoas, apontado como representante de uma população alvo, por meio de um utensílio de pesquisa, normalmente um questionário (Freitas apud Pinsonneault e Kraemer, 1993).

O tipo de amostra que utilizamos é por conveniência visto que os cooperantes foram selecionados face à sua disponibilidade, e como refere Coutinho (2014) “Este tipo de amostragem não é representativo da população. Ocorre quando a participação é voluntária ou os elementos da amostra são escolhidos por uma questão de conveniência (muitas vezes, os amigos e os amigos dos amigos). Deste modo, o processo amostral não garante que a amostra seja representativa, pelo que os resultados desta só se aplicam a ela própria.”

Entendemos, portanto que esta é a metodologia mais adequada, pois o que pretendemos aferir se a informação que os nossos jovens alunos editam nas redes sociais, é do interesse das empresas e vice-versa.

## **4.2 Descrição**

Este estudo realizou-se com alunos do 12º ano de uma escola (privada) de Amarante e empresas das sub-regiões do Vale do Ave, Sousa e Baixo.

Por questões de ética todos os intervenientes foram mantidos no anonimato. “A liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objetividade da informação, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática.” (Lei n.º 2/99 Artigo 3.º)

O estudo foi efetuado durante o mês de Maio de 2014, através de um questionário em formato de papel para os alunos e um questionário online para as empresas, com a duração de 10 a 15 minutos para a sua execução, tanto em papel como online.

Uma vez autorizado o estudo pela direção da escola, foram entregues os questionários em formato de papel a todos os diretores de turma, que nas suas aulas o apresentaram aos seus alunos. Optamos por esta estratégia, devido variedade das áreas de formação das turmas de 12º ano e à complexidade da carga horária da escola, que impossibilitava o acesso às salas de informática de algumas turmas.

#### **4.3 Seleção dos intervenientes no estudo**

Este Survey, tem o propósito de verificar se a perceção dos factos está ou não de acordo com a realidade, ambiciona compreender um caso específico e não explicar ou compreender outros casos. Assim sendo, a seleção dos participantes na investigação, caracteriza-se pelo emprego da quantificação como percentual, média, desvio padrão, etc., onde se procuram amostras que permitam representar o mais fielmente possível a população de onde são oriundas. Importa referir que não se tratou de uma amostra representativa da população, mas sim de uma amostra de conveniência.

### **4.3.1 Alunos**

Uma vez que o nosso objetivo era cruzar informação quer de alunos (potenciais empregados) quer de potenciais empregadores tivemos em conta estes dois grupos.

Decidimos recorrer ao Colégio de São Gonçalo (Amarante), pelo facto da sua população discente, tal como as empresas envolvidas neste levantamento, ser proveniente das sub-regiões do Vale do Ave, Sousa e Baixo Tâmega. Tivemos também em consideração a heterogeneidade social existente entre os alunos do colégio, pois dos 14 cursos que esta instituição disponibiliza, 12 são custeados a 100% pelo Ministério da Educação. Desta forma, consideramos que este grupo de alunos insere-se no contexto do projeto de investigação uma vez que são utilizadores habituais da Internet e das redes sociais. Tratam-se no total de 256 alunos que frequentaram o 12.º ano de escolaridade no Colégio de São Gonçalo (Amarante), divididas por 11 turmas, 9 das quais são de cursos de planos próprios. A caracterização dos participantes foi efetuada após a realização dos questionários para a produção da presente investigação.

### **4.3.2 Empresas**

Contactamos cem empresas das sub-regiões do Vale do Ave, Vale do Sousa e Vale do Tâmega via e-mail solicitando a sua participação neste estudo, respondendo ao questionário online. Seleccionamos empresas destas sub-regiões pelo facto da população estudantil alvo deste estudo também ser oriunda destas sub-regiões. No entanto só obtivemos resposta de 18 empresas.

## 4.4 Caracterização dos Intervenientes

No que respeita aos alunos analisamos quanto ao género, idade, tecnologias utilizadas e acesso às redes sociais. Relativamente às empresas analisamos o setor empresarial a que pertence, que tecnologias utilizam e acesso às redes sociais.

### 4.4.1 Alunos

#### 4.4.1.1 Género e idade

Dos 256 alunos que participaram no estudo 54,3% são do sexo feminino e 45,7 do sexo masculino (v. gráfico 6).

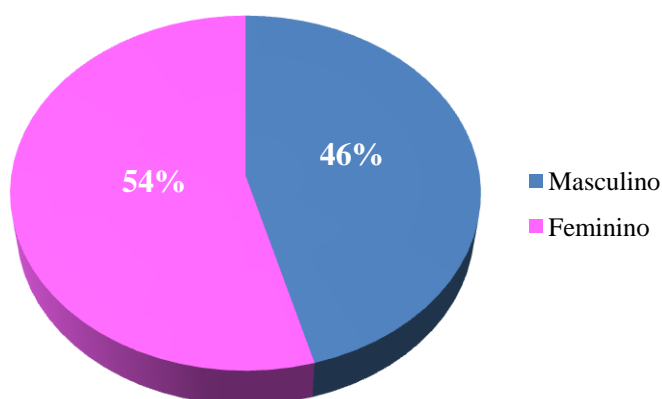


Gráfico 6. Género (N=256)

No que respeita à idade dos inquiridos, a maioria tem 18 anos com 45,7% dos alunos, com 17 anos de idade temos 39,8% dos alunos e com mais 18 anos apenas 14,5% dos alunos, não havendo nenhum aluno com menos de 17 anos (v. gráfico 7).

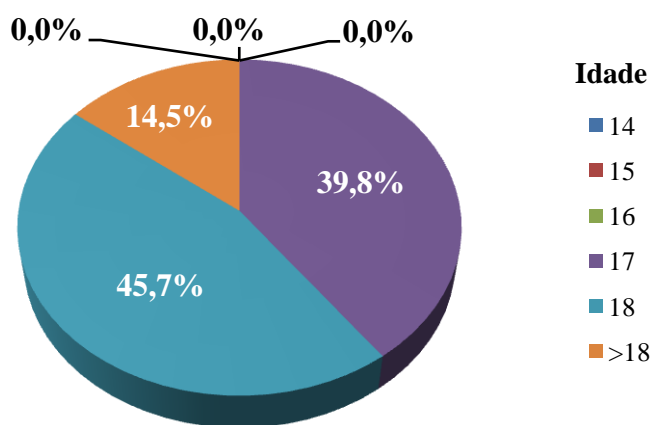


Gráfico 7. Idade (N=256)

Verificamos que na população masculina 51,3% dos inquiridos tem 18 anos, 29,9% dos inquiridos tem 17 anos e 18, 8% dos inquiridos têm mais de 18 anos. Na população feminina verificamos que 48,2% das inquiridas em 17 anos, 41% das inquiridas tem 18 anos e 10,8% das inquiridas tem as mais de 18 anos (v. gráfico 8).

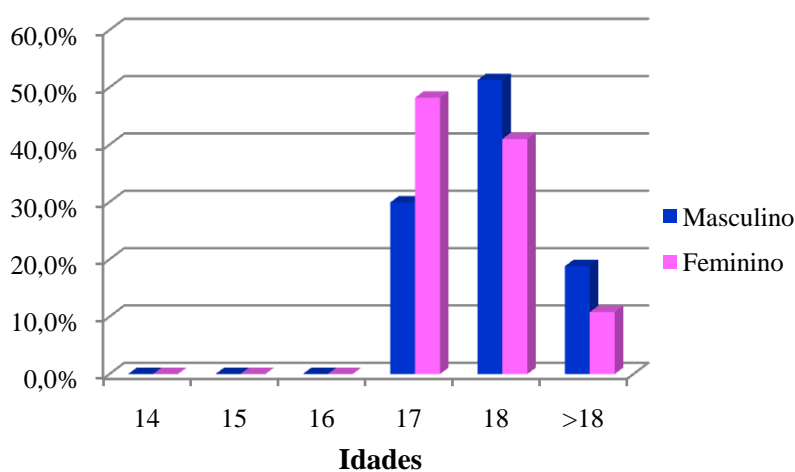


Gráfico 8. Idade por género (N=256)

#### 4.4.1.2 Utilização das redes sociais e tecnologias utilizadas

Questionados sobre se utilizam as redes sociais, 96,5% dos alunos responderam que sim e 3,5% dos discentes disseram que não utilizam (v. gráfico 9).

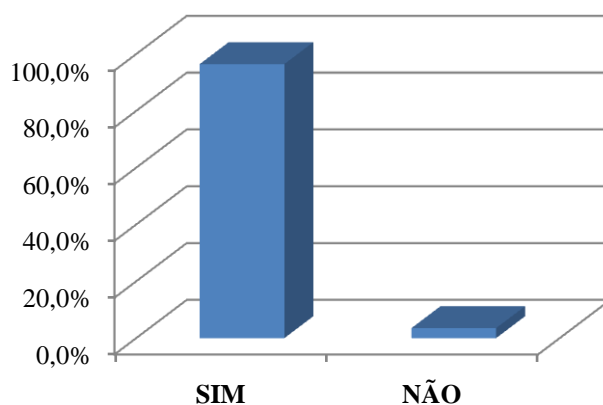


Gráfico 9. Utilização de redes sociais (N=256)

Verificamos que na população masculina 94,9% dos inquiridos responderam afirmativamente e 5,1% dos inquiridos negativamente. Na população feminina verificamos que 97,8% das inquiridas responderam afirmativamente e 2,2% das inquiridas negativamente (v. gráfico 10).

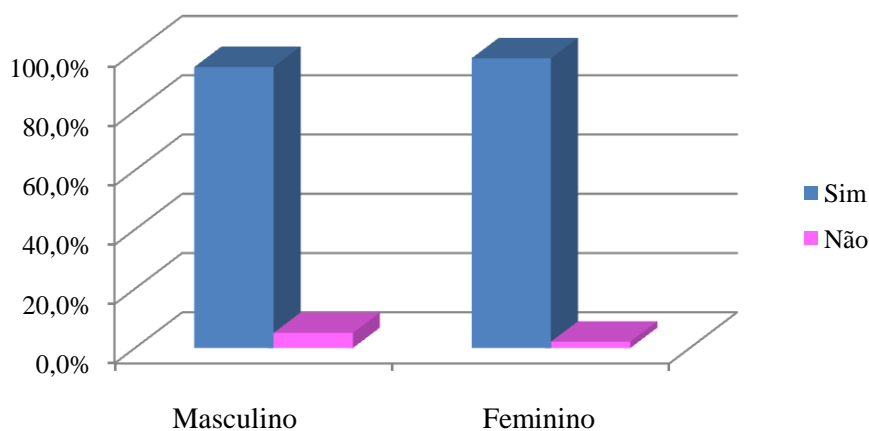


Gráfico 10. Utilização de redes sociais por género (N=256)

Questionados sobre os equipamentos que utilizam diariamente para aceder às redes sociais, 97,2% dos alunos utilizam o Computador para além de outros equipamentos, 51,4% dos alunos utilizam o Smartphone ou iPhone para além de outros equipamentos, 23,5% dos alunos utilizam o Tablet ou Ipad para além de outros equipamentos e 1,2% dos alunos utilizam outro equipamento para além dos equipamentos mencionados (v. gráfico 11).

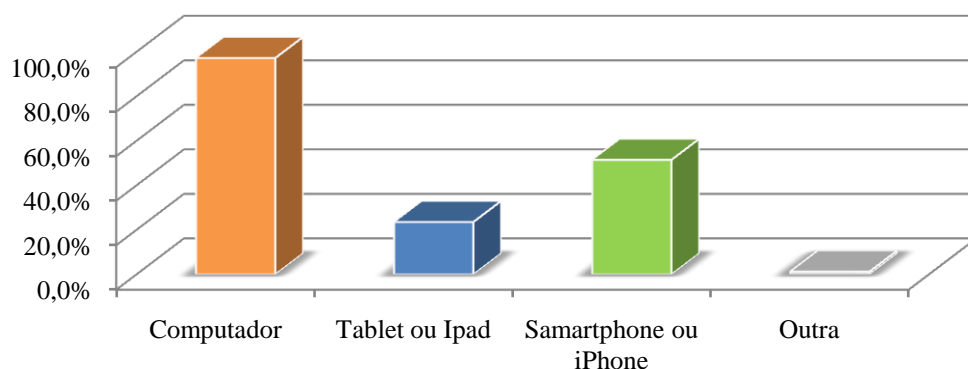


Gráfico 11. Tecnologias de acesso (n=247)

Verificamos que 96,4% da população masculina respondeu utilizar o computador para aceder à Internet para além de outros equipamentos enquanto na população feminina verificamos uma taxa de incidência de 97,8%. Já quanto à utilização do Tablet ou Ipad a frequência na população masculina é de 40,5% para além da utilização de outros equipamentos e na população feminina a taxa de incidência é de 9,6%. Relativamente à utilização do Smartphone ou iPhone para aceder à Internet, a frequência na população masculina é de 62,2% para além da utilização de outros equipamentos e na população feminina é 42,6%. Tendo 2,7% da população masculina respondido utilizar outra forma de acesso à internet para além das mencionadas, não se verificando a utilização de outros equipamentos na população feminina (v. gráfico 12).

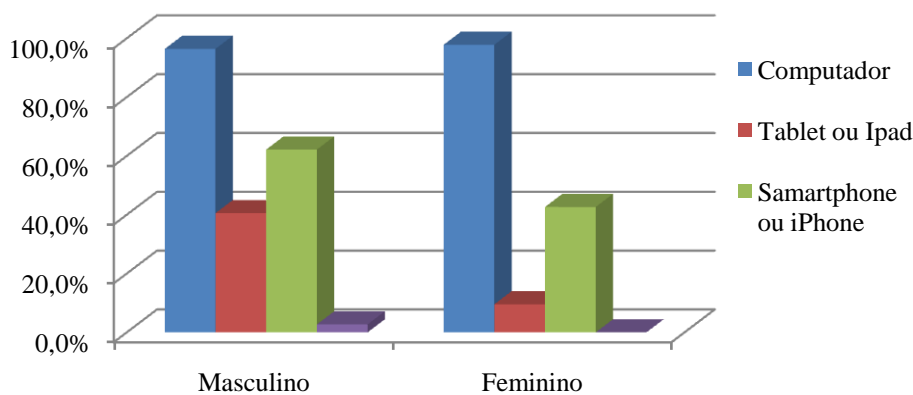
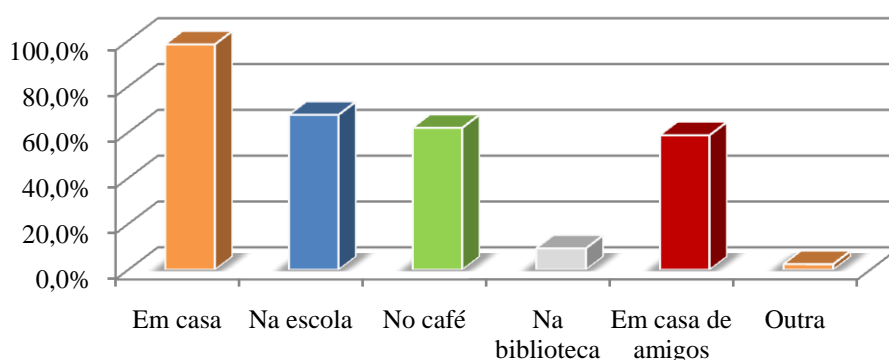


Gráfico 12. Tecnologias de acesso por género (n=247)

Quando questionados sobre o local onde normalmente acedem à Internet, verificamos que a esmagadora maioria, 98,4% responderam em casa, 67,6% responderam aceder à internet na escola 61,9% responderam aceder à internet no café 58,7% responderam aceder à internet em casa de amigos 9,3% responderam aceder à internet na biblioteca e tendo uma pequena minoria de 2,4% respondido que acedem noutros locais não mencionados nas opções de resposta desta questão (v. gráfico 13).



**Gráfico 13. Local (is), normalmente, acedes à Internet (n=247)**

Por géneros apuramos que 99,1% da população masculina acede à Internet em casa para além de outros locais, verificando-se uma taxa de incidência de 97,8% na população feminina. Na escola dizem aceder à internet 66,7% da população masculina inquirida para além de outros locais, sendo a taxa de ocorrência neste parâmetro de 68,4% na população feminina. 64% da população masculina inquirida diz aceder à internet no café para além de outros locais, registando-se uma taxa de incidência de 60,3% na população feminina. Em casa de amigos dizem acederem à internet 55% dos jovens inquiridos, já neste parâmetro a taxa de incidência da população feminina inquirida é de 61,8%. Da população masculina 5,4% diz aceder à internet noutros locais para além dos mencionados, não se verificando qualquer outra ocorrência na população feminina (v. gráfico 14).

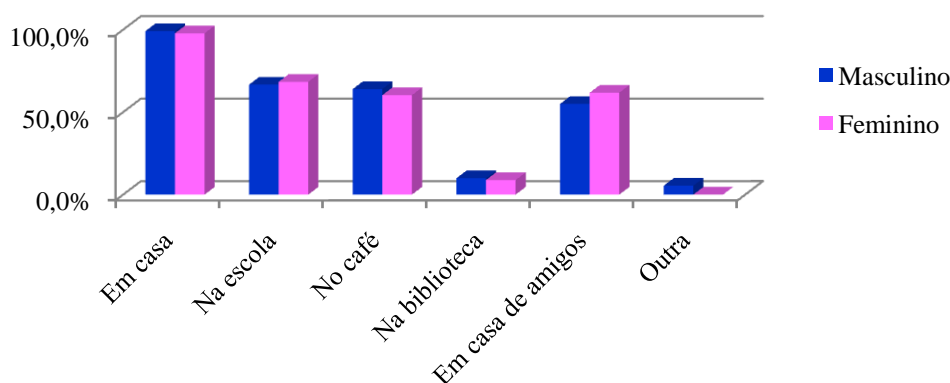


Gráfico 14. Local (is), normalmente, acedes à Internet por género (n=247)

Quando questionados sobre a frequência a que acedem às redes sociais, verificamos que 62,8% responderam várias vezes ao dia, 20,6% responderam uma vez por dia, 6,9% responderam 2 ou 3 dias por semana, 5,3% responderam sempre ligado, 2,4% responderam uma vez por semana, 1,2% responderam raramente, 0,4% responderam uma vez por mês, não se tendo verificado qualquer resposta na opção nunca e 0,4% não responderam à questão (v. gráfico 15).

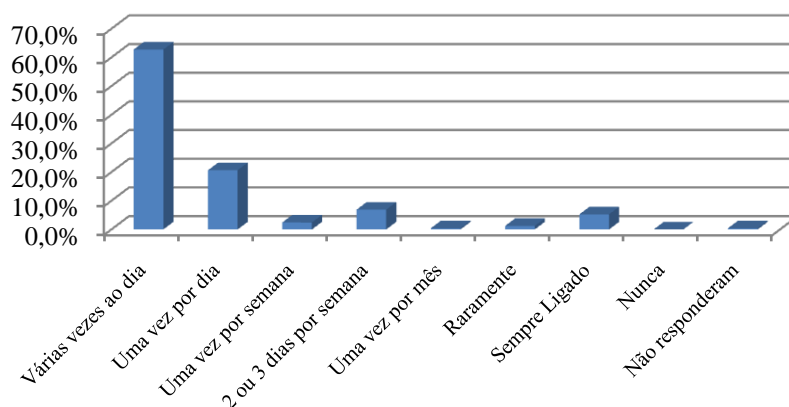


Gráfico 15. Com que frequência, acedes às redes sociais na Internet (n=247)

Verificamos que na população masculina 56,8% dos inquiridos responderam várias vezes ao dia, 23,4% responderam uma vez por dia, 8,1% responderam sempre ligado, 7,2% responderam 2 ou 3 dias por semana, 1,8% responderam uma vez por semana, 0,9% responderam uma vez por mês e também 0,9% responderam raramente. No parâmetro “nunca” não se verificou qualquer resposta e 0,9% não responderam. Na população feminina

verificamos que 67,6% das inquiridas responderam várias vezes ao dia, 18,4% responderam uma vez por dia, 6,6% responderam 2 ou 3 dias por semana, 2,9% responderam uma vez por semana e também 2,9% responderam sempre ligado. No parâmetro “nunca” não se verificou qualquer resposta (v. gráfico 16).

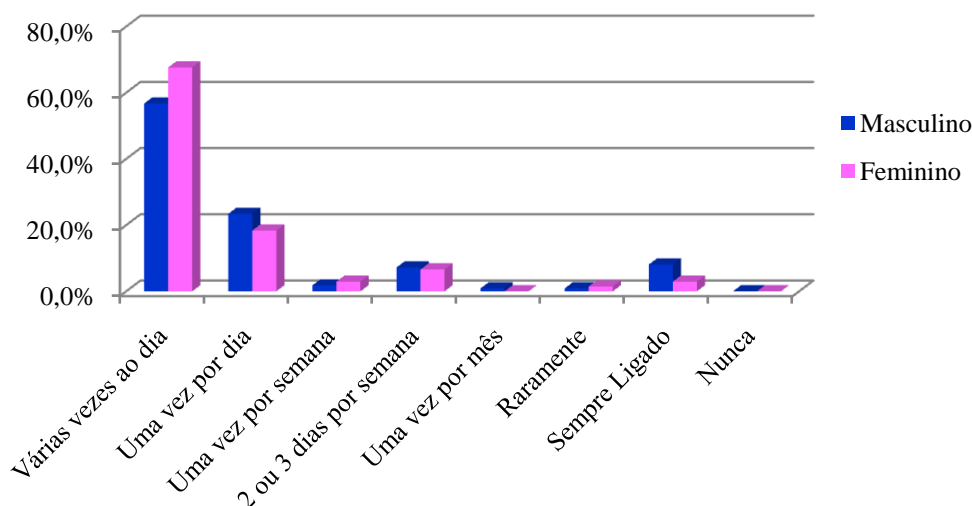


Gráfico 16. Com que frequência, acedes às redes sociais na Internet por género (n=247)

#### 4.4.2 Setor Empresarial

Das empresas que participaram no estudo 44,4% são da Indústria, 33,3% são do comércio e 22,2% são dos serviços. (v. gráfico 17)

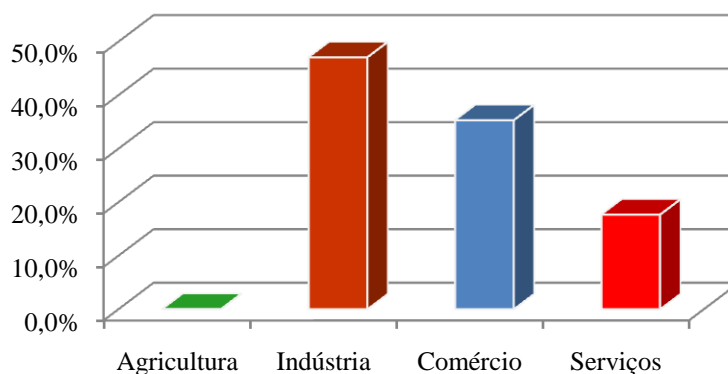


Gráfico 17. Ramo das empresas (N=18)

#### 4.4.2.1 Utilização das redes sociais e tecnologias utilizadas pelas empresas

Questionadas sobre se utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho, 50% das empresas responderam que não e 50% das empresas responderam afirmativamente (v. gráfico 18).

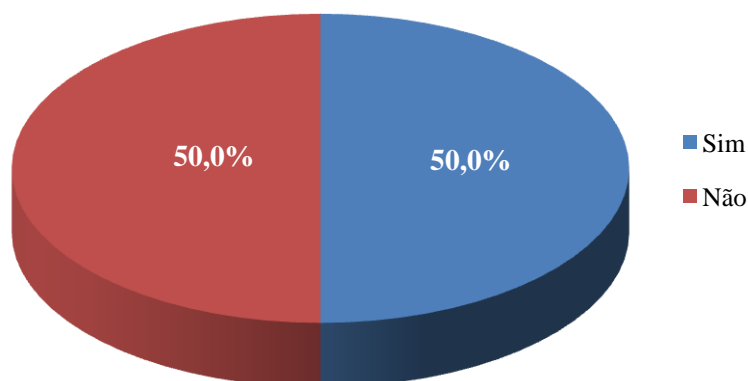


Gráfico 18. Utilização das redes sociais pelas empresas (N=18)

Questionadas sobre os equipamentos que utilizam diariamente para aceder às redes sociais, 100% das empresas responderam utilizarem o Computador, 38,9% para além do Computador utilizam o Smartphone ou iPhone, também 38,9% das empresas utilizam o Tablet ou iPad para além do Computador para aceder às redes sociais (v. gráfico 19).

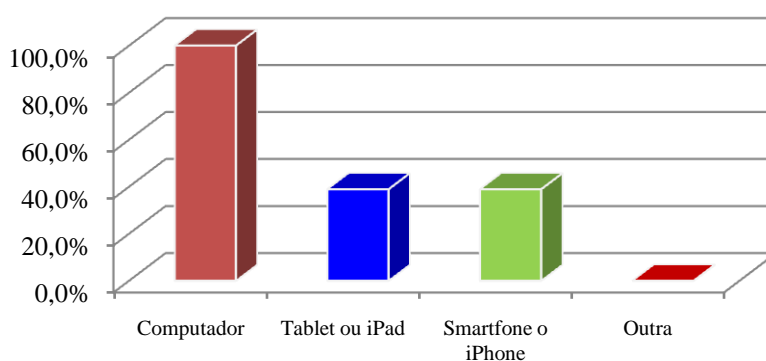


Gráfico 19. Tecnologias (N=18)

#### 4.5 Instrumentos de recolha de dados

Realizamos dois inquéritos por questionário, um para os alunos e outro para as empresas, verificando-se nestas uma variedade de funções/cargos que desempenham os

respondentes nas mesmas. Com estes questionários pretendemos recolher informações acerca das conceções e práticas que os alunos têm perante as redes sociais assim como as empresas. Por motivos de ordem logística optamos por um questionário em formato de papel para os alunos, pois simplificaria o processo de recolha de dados face à orgânica da escola. Para as empresas optamos por um questionário online, permitindo maior flexibilidade de tempo de resposta, favorecendo um sentimento de recato e minimizando também os custos da investigação. (v. anexo B)

#### **4.6 Elaboração e validação dos instrumentos de recolha de dados**

O questionário foi preparado de forma a responder às questões de investigação e a compreender os objetivos estabelecidos.

Os questionários, susceptíveis de aplicação em diversas situações e âmbitos de investigação, são frequentemente utilizados na investigação em educação, porém é necessário ter alguns cuidados peculiares ao nível da elaboração para não desmotivar os inquiridos, sobretudo o número de questões, tipo de resposta requerida e aspeto geral do formulário, entres outros aspetos.

Outro cuidado importante a ter na elaboração do questionário deve ser a consideração pelos inquiridos, não solicitando respostas que demandem demasiado esforço, a disposição e a formulação das questões devem manter o seu interesse ao longo do questionário e não deve privá-lo demasiado do seu tempo (Brace, 2004).

Kornhauser & Sheatsley citado em Hoz (1985), sugere três passos para a construção do questionário. Primeiro, determinar a informação relevante relativa ao problema de investigação. Segundo, produzir as questões de forma apropriada, relevantes que devem

encaminhar os inquiridos a proporcionarem as respostas adequadas. Deve também ser definido o tipo de resposta, fechada ou aberta.

Também Tuckman (2005) sugere que para a construção do questionário se opte por questões diretas, específicas, não específicas de opinião e com resposta pré determinada. Para desta forma traduzir em dados a informação obtida através do questionário.

Para esta investigação construímos dois questionários, um dirigido especificamente para os discentes e outro para as empresas. O questionário para os discentes (v. anexo A) é composto por 33 questões e foi elaborado em torno de dez dimensões, cada uma delas incluindo várias questões (v. tabela 2).

Questionário sobre redes sociais aos discentes no contexto empresarial

Dimensões	Objetivos	Questões
Identificação	Assinalar os cooperantes quanto ao género e à faixa etária.	1 e 2
Tecnologias/Redes sociais	Identificar e caracterizar as condições de acesso à Internet dos alunos inquiridos, em termos de locais, dispositivos tecnológicos e frequência de uso.	3, 4, 5, e 6
Grau de entrosamento dos jovens nas redes sociais	Aferir o uso ou não de sites de redes sociais. Identificar a(s) rede(s) sociais que utilizam, motivos que levaram a registar-se e há quanto tempo. Caracterizar as condições de acesso às redes em termos de locais, frequência e tempo de utilização.	7, 8, 9, 10 e 11
Objetivos para utilização das redes sociais	Identificar com que objetivo(s) utilizam as redes sociais e o tipo de informação que nela publicam.	12 e 13
Comportamentos nas redes sociais	Identificar e caracterizar comportamentos quanto à natureza dos contactos que os alunos mantêm.	14, 15, 16 e 17
Perceção em relação ao uso das redes sociais por parte dos adultos	Identificar a perceção que os alunos têm relativamente à vigilância pelos adultos no uso das redes.	18, 19 e 20
Perceção em relação à informação publicada	Identificar a perceção dos alunos relativamente ao tipo de informação que deve ou não ser publicada.	21, 22, 23, 24, 25 e 26
Perceção em relação ao impacto do uso das redes na vida profissional	Identificar a perceção dos alunos relativamente ao impacto que a informação disponível nas redes sociais poderá ter no futuro.	27
Comportamentos na procura de emprego	Identificar e caracterizar comportamentos que os alunos possam ter quanto à abordagem na procura de emprego.	28, 29
Perceção em relação ao comportamento das empresas pelos alunos	Identificar e caracterizar comportamentos que os alunos consideram usuais nas empresas.	30, 31, 32 e 33

Tabela 2. Questionário aos discentes

O questionário para as empresas (v. anexo B) é composto por 25 questões e também, foi elaborado em torno de nove dimensões, cada uma delas incluindo várias questões (v. tabela 3).

Questionário sobre redes sociais às empresas no contexto dos recursos humanos		
Dimensões	Objetivos	Questões
Ramo empresarial	Caracterizar as empresas quanto à sua atividade económica.	1
Internet/Redes sociais	Identificar e caracterizar como as empresas utilizam a Internet e as redes sociais na sua atividade.	2, 3 e 4
Internet/Gestão de recursos humanos	Caracterizar como as empresas gerem os seus recursos humanos e que papel tem a internet nesse processo.	5, 6 e 7
Comportamentos nas redes sociais	Identificar e caracterizar comportamentos das empresas quanto à pegada digital dos seus colaboradores ou futuros colaboradores.	8, 9 e 10
Tecnologias/Redes sociais	Identificar e caracterizar as empresas quanto ao uso de tecnologias e da Internet.	11, 12 e 13
Correlação das empresas com as redes sociais	Identificar a utilização de sites de redes sociais. Caracterizar a(s) rede(s) sociais que utilizam.	14 e 15
Comportamentos nas redes sociais	Identificar comportamentos das empresas relativamente à informação publicada nas redes sociais pelos seus colaboradores.	16, 17, 18, 19, 20 e 21
Procedimentos na gestão/recursos humanos	Identificar e caracterizar comportamentos das empresas na gestão de recursos humanos.	22 e 23
Identificação	Assinalar os cooperantes quanto ao género e à faixa etária.	24 e 25

Tabela 3. Questionário às empresas

#### 4.7 Método de análise dos dados

Para Coutinho (2011), “o interesse do investigador é assumir uma atitude científica distanciada e neutra, de modo a comprovar estatisticamente as hipóteses e a contribuir para a relação causal do processo-produto” (p.24).

O material recolhido foi examinado estatisticamente para uma posterior análise e interpretação com o propósito de encontrar respostas para as questões orientadoras do estudo. Segundo Quivy & Campenhoudt (2003), a análise estatística fornece o rigor metodológico necessário para uma rápida manipulação de um conjunto amplo de dados.

Os questionários foram desenvolvidos no Google forms, porém por imposição logística relativa aos questionários dos alunos, optamos por efetuar o tratamento dos dados no Microsoft Excel, seguindo a mesma estratégia no questionário das empresas. Decidimos

expor os dados utilizando gráficos circulares e em colunas, conforme as perguntas e respostas, para melhor compreensão dos resultados. Desta forma, nas questões de resposta fechada examinamos a frequências dos dados, procedendo-se em seguida a uma análise descritiva dos mesmos. Nas questões de resposta aberta procedemos à categorização de respostas, entendidas por Bardin (2004) como “rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (p. 111). Procuramos determinar categorias que “resultem de princípios simples de classificação, exaustivas, exclusivas, homogéneas, objectivas e pertinentes” (Cruz, 2009:246). Feita a categorização, procedemos à apresentação descritiva das ideias principais.

## **CAPÍTULO 5**

### **DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Neste capítulo, procedemos à descrição e análise dos dados recolhidos com base na análise do questionário aplicado aos alunos e às empresas, à luz das nossas questões de investigação.

## 5.1. Apresentação e discussão dos resultados dos alunos

Como mencionado no capítulo anterior, o questionário dirigido aos alunos foi realizado em dez dimensões (v. tabela 4.6 Elaboração e Validação do Questionário). Na primeira e segunda dimensão caracterizamos os inquiridos quanto ao género, idade, acesso às redes sociais e tecnologias utilizadas, estando estes descritos e analisados no capítulo da metodologia. Assim, e em conformidade com os procedimentos adotados e descritos no capítulo da metodologia, os resultados serão apresentados em gráficos antecedidos da correspondente análise descritiva.

- **Grau de entrosamento dos jovens nas redes sociais**

Na primeira questão desta dimensão procuramos aferir o uso ou não de redes sociais para depois identificar a(s) rede(s) que os inquiridos utilizam, qual(is) o(s) motivo(s) que os levaram a registar-se e há quanto tempo o realizaram. Pretendemos ainda nesta dimensão caracterizar as condições de acesso em termos de locais, frequência e tempo de utilização.

Recordamos que responderam ao questionário 256 estudantes. Como anteriormente referido é de realçar que de acordo com os objetivos inicialmente elaborados, apenas consideramos as respostas dos utilizadores das redes sociais, por isso os dados analisados a partir deste ponto contam com as respostas de 247 inquiridos dos 256 participantes iniciais.

À questão “Qual a rede social que mais utiliza?”, 80,9% dos inquiridos afirmaram ser o Facebook, 6,5% o Twitter e em igual percentagem o YouTube, 1,6% o Google+ e 4,5% outras redes que não se encontravam na lista, referindo o Instagram (v. gráfico 20).

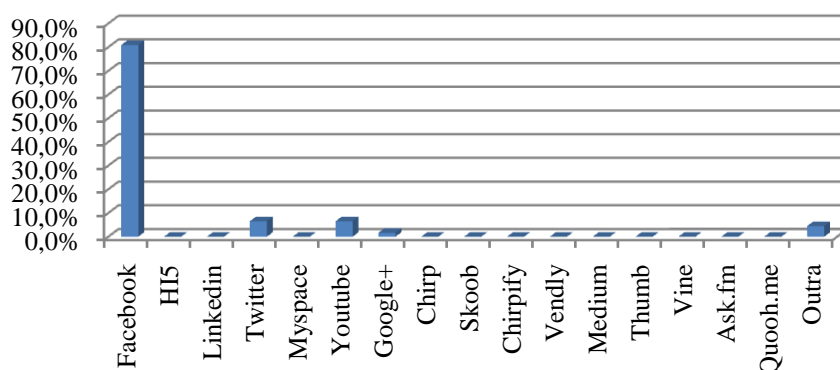


Gráfico 20. Rede social que mais utiliza (n=247)

Por géneros verificamos, que na população masculina 83,6% dos inquiridos responderam ser o Facebook a rede social que mais utilizam, 5,5% responderam ser o Twitter, 7,3% responderam ser o YouTube, 0,9% responderam ser o Google+ e 2,7% dos inquiridos responderam outra rede social não constante na lista, referindo o Instagram.

Na população feminina verificamos que 78,7% das inquiridas responderam ser o Facebook a rede social que mais utilizam, 7,4% responderam ser o Twitter, 5,9% responderam ser o YouTube, 2,2% responderam ser o Google+ e 5,9% das inquiridas responderam outra rede social não constante na lista, referindo o Instagram (v. gráfico 21).

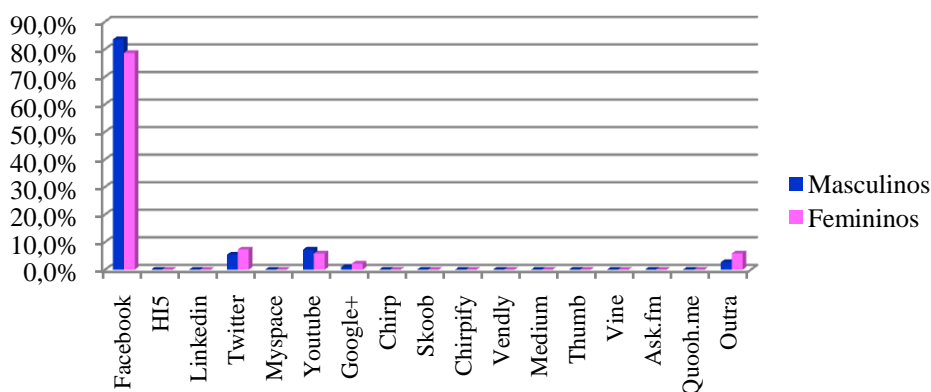


Gráfico 21. Rede social que mais utiliza por género (n=247)

Analisando os gráficos 20 e 21 concluímos que o Facebook é a rede social maioritariamente utilizada pelos jovens, com uma discrepância acentuada para o Twitter e YouTube, tendo uma percentagem residual respondido utilizar o Google+. No entanto,

obtivemos um dado curioso: 4,5% dos participantes refere utilizar outra rede e depois de analisadas as respostas, verificamos que a Instagram tem vindo a despertar interesse entre a juventude.

À questão “Qual(is) a(s) rede(s) social(is) em que tens conta criada?”, 80,6% dos inquiridos afirmaram ter conta criada no Facebook, 16,6% no Hi5, 2,8% no LinkedIn, 35,2% no Twitter, 4,5 no Myspace, 51% no YouTube, 33,2% o Google+, 0,3% Chirp, 0,8% no Skoob, 0,3% no Chirpify, 0,8% no Vendly, 0,4% no Medium, 4,5% no Thumb, 2,4% no Vine, 15,8% no ask.fm, 1,2% no Quoooh.me e 39,3% noutras redes, como Wareztuga, Instagram, snapchat, Hotmail, skype, weheartit, Orkut, wechat e tumblr que não se encontravam na lista (v. gráfico 22).

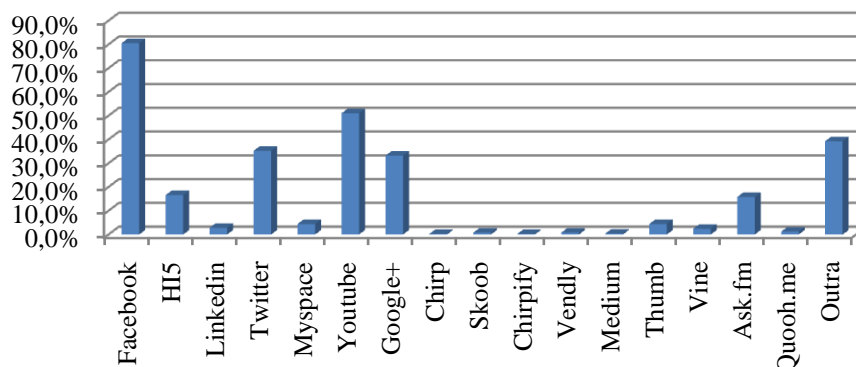


Gráfico 22. Quais as redes sociais em que tem conta criada (n=247)

Por géneros verificamos, que na população masculina 83,8% dos inquiridos responderam ter conta criada no Facebook, 19,8% no Hi5, 4,5% no LinkedIn, 34,2% no Twitter, 8,1% no Myspace, 61,3% no YouTube, 37,8% no Google+, 0,6% no Chirp, 1,8% no skoob, 0,6% no Chirpify, 1,8% no Vendly, 0,9% no Medium, 7,2% no Thumb, 4,5% no Vine, 21,6% no Ask.fm, 2,7% no Quoooh.me e 27% dos inquiridos responderam ter conta criada noutra rede social não constante na lista, como wareztuga, Instagram, snapchat, Hotmail, skype, weheartit, Orkut, wechat e tumblr. Na população feminina, verificamos que 77,9% das

inquiridas responderam ter conta criada no Facebook, 14% no Hi5, 1,5% no LinkedIn, 36% no Twitter, 1,5% no Myspace, 42,6% no YouTube, 29,4% no Google+, 2,2% no Thumb, 0,7% no Vine, 11% no Ask.fm e 49,3% dos inquiridos responderam conta ter criada noutra rede social não constante na lista, como wareztuga, Instagram, snapchat, Hotmail, skype, weheartit, Orkut, wechat e tumblr (v. gráfico 23).

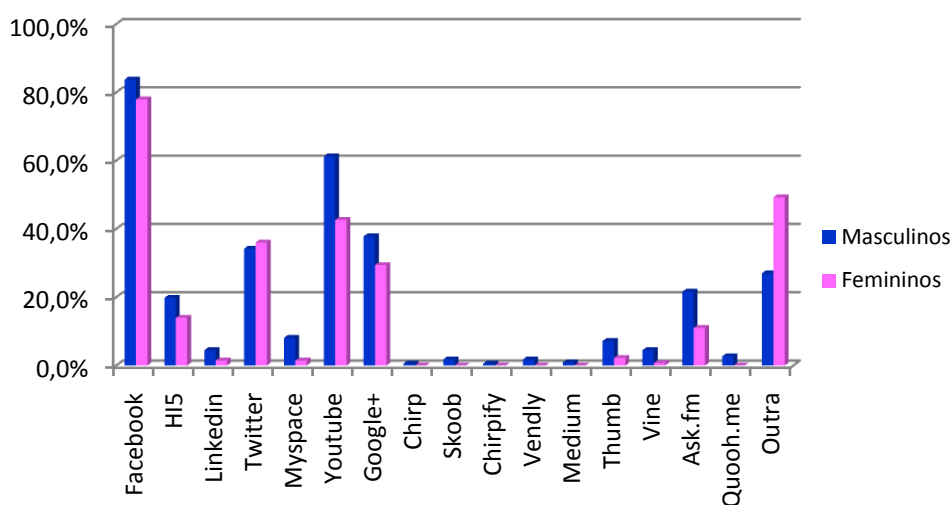


Gráfico 23. Quais as redes sociais com conta criada (n=247)

Após análise aos gráficos 22 e 23 e tendo em consideração que os inquiridos poderiam indicar todas as redes sociais em que tenham conta criada, concluímos que o Facebook é a rede social onde os jovens têm maior adesão, com mais incidência no género masculino, seguida pelo YouTube, também com mais incidência no género masculino, sendo a discrepância mais acentuada para o género feminino do que no Facebook, surge logo depois o Twitter, onde a incidência dos géneros é quase igual, com ligeira vantagem para género feminino, o Google+ aparece na preferência dos jovens 3% abaixo do Twitter e também nesta rede social a incidência masculina é superior em 8,4% em relação à feminina. Acima dos 10% surgem ainda as redes sociais Hi5 e Ask.fm, onde a incidência do género masculino também é superior. As restantes redes sociais que constam das opções de resposta desta questão surgem todas com valores abaixo dos 5%, tendo os alunos evidenciado que muito poucos têm conta

criada nas redes sociais: Chirp, Skoob, Chirpify e Medium, não atingindo nenhuma delas 1%. Analisamos ainda que uma percentagem significativa dos inquiridos aponta outra rede social que não consta das opções de resposta, como warezuga, Instagram, snapchat, Hotmail, skype, weheartit, Orkut, wechat e tumblr, sendo que o Instangram é que evidencia maior taxa de incidência.

À questão “Há quanto tempo utilizas as redes sociais?”, 41,3% dos inquiridos responderam há mais de 5 anos, 39,3% responderam entre 3 e 5 anos, 17% responderam entre 1 e 3 anos, 2,4% responderam há menos de 1 ano (v.gráfico 24).

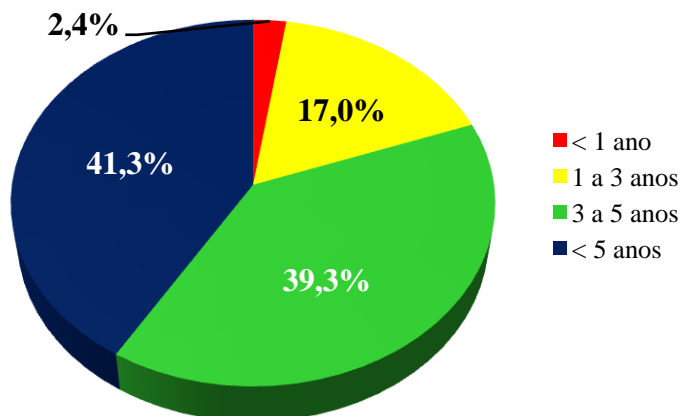


Gráfico 24. Há quanto tempo utilizas as redes sociais (n=247)

Por géneros, verificamos que 47,7% dos jovens do sexo masculino responderam que já utilizam as redes sociais há mais de 5 anos, já no setor feminino só 36% diz utilizar as redes sociais há mais de 5 anos. Dos jovens do sexo masculino 33,3% afirmam utilizar as redes sociais entre 3 e 5 anos. Neste parâmetro, o setor feminino evidencia maior taxa de incidência com 44,1% das jovens a responderem que utilizam as redes sociais entre 3 e 5 anos. No parâmetro de utilização das redes sociais entre 1 e 3 anos verifica-se uma aproximação nas taxas de incidências, 16,2% para os jovens do sexo masculino e 17,6% para as jovens do sexo feminino. Verificamos a mesma situação quanto à aproximação da taxa de incidência no parâmetro, “utilizas as redes sociais há menos de 1 ano”, tendo 2,7% dos jovens do sexo

masculino respondido afirmativamente e 2,2% das jovens do feminino respondido de igual modo (v. gráfico 25).

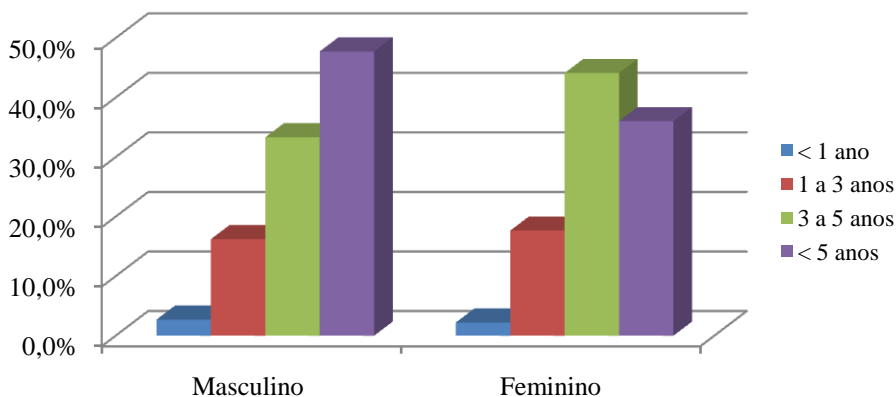
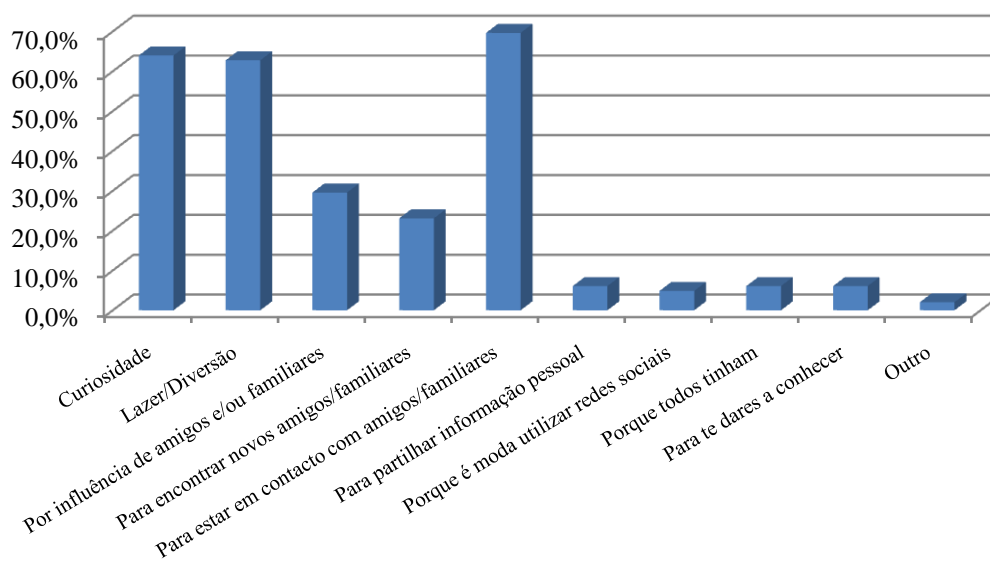


Gráfico 25. Há quanto tempo utilizas as redes sociais por género (n=247)

Após análise aos gráficos 24 e 25 verificamos que a maior percentagem dos jovens inquiridos, em geral, utiliza as redes socais há mais de 5 anos, no entanto quando analisamos por géneros apuramos que a maior percentagem das jovens inquiridas só utiliza as redes socais entre 3 e 5 anos. Este dados apontam para o princípio da atividade nas redes por parte dos jovens, quando os mesmos se encontram no início do 3º clico de ensino, o que significa que a maior deles tem entre doze e treze anos de idade. Embora redes sociais como o Facebook permitam criar conta a partir dos treze anos de idade, o artigo 19º do código penal, diz que “os menores de 16 anos são inimputáveis”, ou seja, não podem ser responsabilizados legalmente pelos seus atos.

À questão “Qual(is) motivo(s) que te levou a registar numa rede social?”, 69,6% dos inquiridos responderam para estar com amigos/familiares, 64% para além de outros motivos responderam por curiosidade, 62,8% para além de outros motivos responderam lazer/diversão, 29,6% para além de outros motivos responderam por influência de amigos e/ou familiares, 23,1% para além de outros motivos responderam para encontrar novos amigos/familiares, nos parâmetros para partilhar informação pessoal, porque todos tinham e

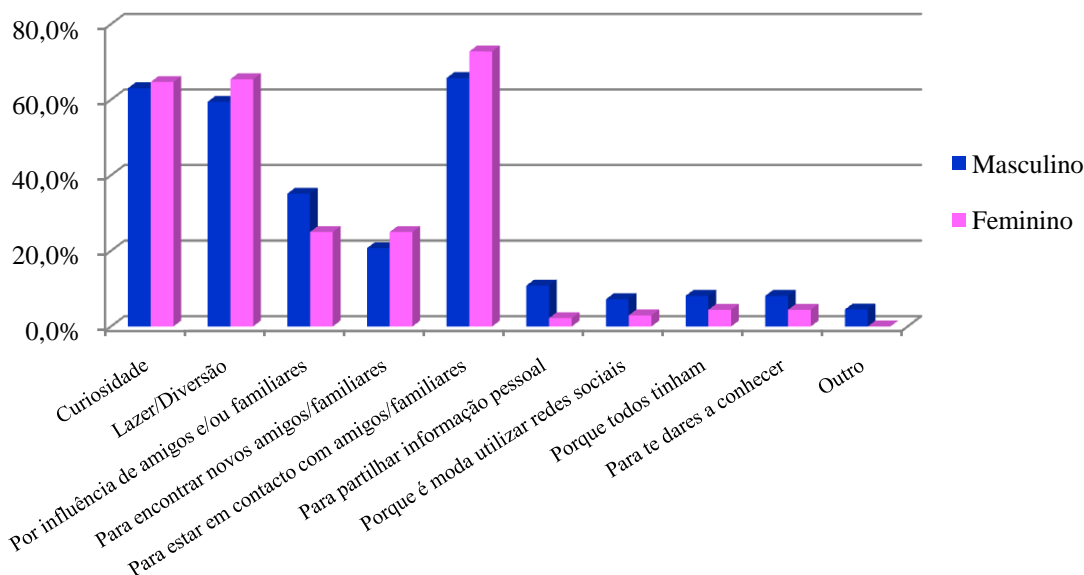
para te dares a conhecer, para além de outros motivos os inquiridos responderam em percentagens iguais de 6,1%, com 4,9% para além de outros motivos responderam porque é moda utilizar as redes sociais e ainda 2% indicaram outro motivo para além das opções de resposta indicadas na pergunta (v. gráfico 26).



**Gráfico 26. Motivos para se registar numa rede social (n=247)**

Por géneros verificamos que 65,8% dos jovens do sexo masculino para além de outros motivos responderam para estar em contacto com amigos/familiares, com uma taxa de incidência mais elevada responderam 72,8% das jovens. Dos jovens inquiridos 63,1% para além de outros motivos responderam por curiosidade, enquanto a taxa de incidência das jovens foi de 64,7%. Já 59,5% dos jovens para além de outros motivos indicaram lazer/diversão, com uma taxa de incidência mais levada responderam 65,4% das jovens. Para além de outros motivos 35,1% dos jovens inquiridos responderam por influência de amigos e/ou familiares, tendo a taxa de incidência neste parâmetro das jovens sido de 25%. Para encontrar novos amigos/familiares, para de outros motivos responderam 20,7% dos jovens inquiridos, sendo a taxa de incidência nas jovens de 25%. Dos jovens do sexo masculino 10,8% para além de outros motivos responderam para partilhar informação pessoal, tendo

neste parâmetro a taxa de incidência das jovens sido de 2,2%. Nos parâmetros porque todos tinham e para te dares a conhecer, para além de outros motivos os jovens do sexo masculino responderam em igual percentagem de 8,1%, já no setor feminino verificou a mesma situação, mas com uma taxa de incidência de 4,4%. Porque é moda utilizar as redes sociais para além de outros motivos responderam 7,2% dos jovens, verificando-se uma taxa de incidência bem menor nas jovens, de 2,9%. Os jovens do sexo masculino indicaram outro motivo para além das opções de resposta indicadas na pergunta, não se verificando qualquer ocorrência no setor feminino neste parâmetro (v. gráfico 27).



**Gráfico 27. Motivos para se registar numa rede social por género (n=247)**

Após análise aos gráficos 26 e 27, e tendo em consideração que os inquiridos poderiam indicar vários motivos, verificamos que as principais opções de resposta foram para estar em contacto com amigos/familiares, curiosidade e lazer/diversão, evidenciando que os jovens procuram nas redes sociais estar em contacto com quem lhes é próximo e divertimento, tendo as outras opções pouca relevância, verificando-se ainda que só os jovens do sexo masculino e numa percentagem muito reduzida responderam outro motivo para além das opções de resposta apresentadas.

À questão “Quando acedes às redes sociais, qual o tempo que passas aí por dia?”, 29,6% dos inquiridos responderam estarem em média até meia hora por dia, 25,9% responderam estarem em média até uma hora por dia, 24,3% responderam estarem em média mais de duas horas por dia, 11,7% responderam estarem em média até duas horas por dia e 8,5% dos inquiridos responderam estarem em média menos de quinze minutos por dia (v. gráfico 28).

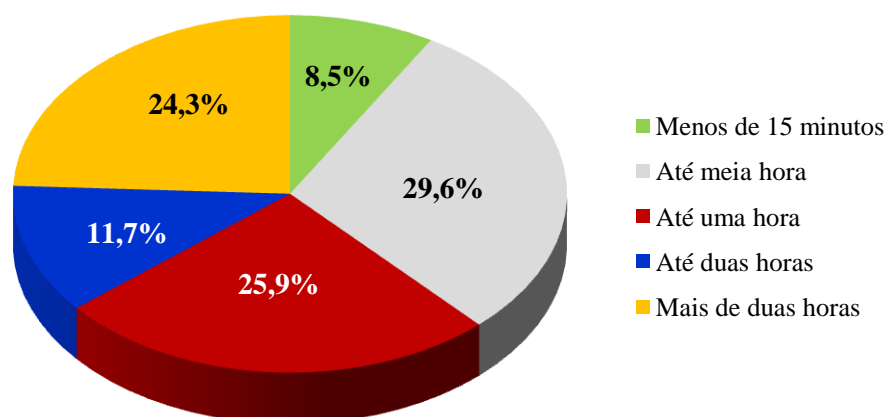


Gráfico 28. Tempo médio por dia de acesso às redes sociais (n=247)

Por géneros verificamos que 27,9% dos jovens do sexo masculino responderam estar nas redes sociais em média até meia hora por dia, tendo as jovens respondido 30,9% neste parâmetro. 22,5% dos jovens responderam estar nas redes sociais em média até uma hora por dia, sendo a taxa de incidência nas jovens de 28,7%. 27% dos jovens responderam estar nas redes sociais em média mais de duas horas por dia, enquanto a taxa de incidência nas jovens é de 22,1%, 9% dos jovens responderam estar nas redes sociais em média mais de duas horas por dia, sendo a taxa de incidência nas jovens de 14%. 13,5% dos jovens responderam estar nas redes sociais em média menos de quinze minutos por dia, tendo neste parâmetro só 4,4% das jovens afirmado o mesmo (v. gráfico 29).

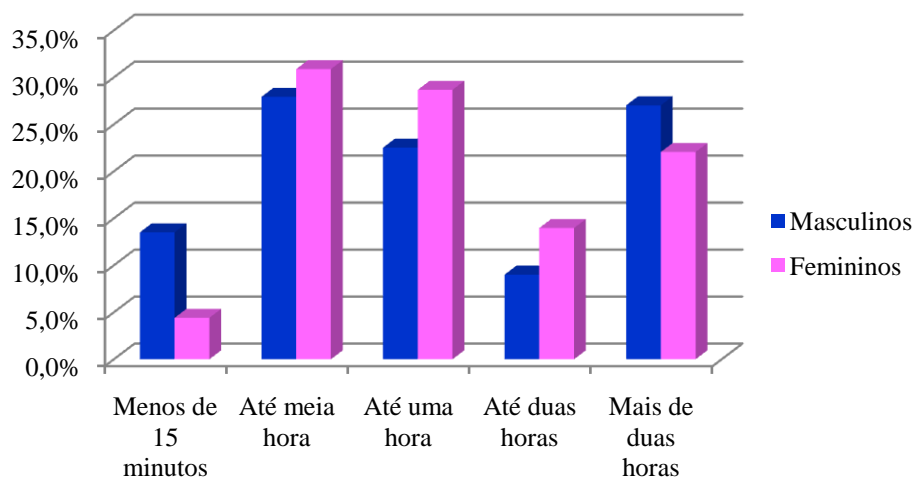


Gráfico 29. Tempo médio por dia de acesso às redes sociais por género (n=247)

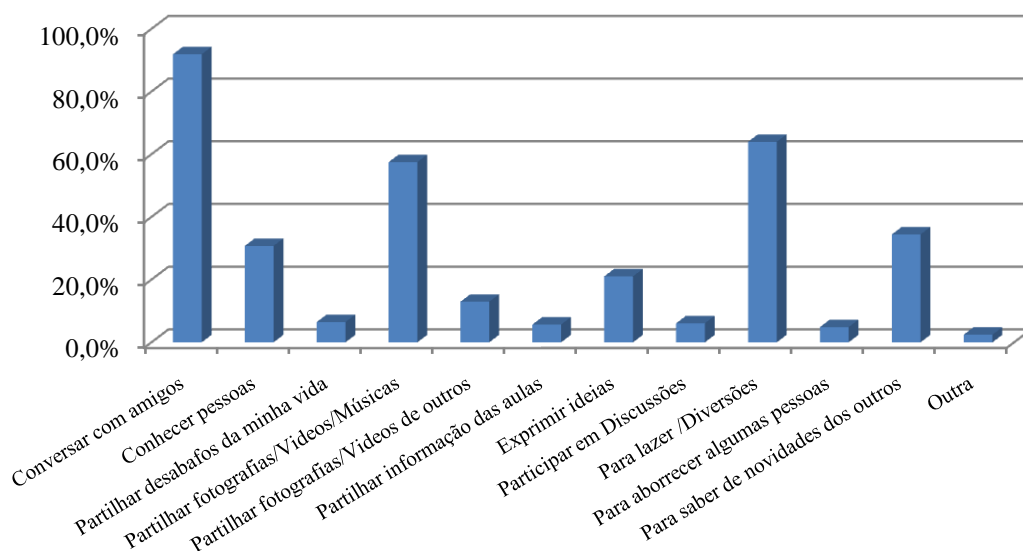
Após análise aos gráficos 28 e 29, verificamos que mais de 50% dos jovens passa nas redes sociais em média meia a uma hora por dia. Apuramos ainda que quase  $\frac{1}{4}$  dos inquiridos afirma passar nas redes sociais em média mais de duas horas por dia. Desta forma consideramos que os jovens disponibilizam uma parte significativa do seu tempo livre às redes sociais.

- **Objetivos para utilização das redes sociais**

Nesta dimensão pretendemos identificar com que objetivo(s) os inquiridos utilizam as redes sociais e o tipo de informação que nela publicam, procurando assim conhecer melhor as suas tendências e os seus interesses nas redes sociais.

À questão “Com que objetivos utilizas as redes sociais?”, 91,9% dos inquiridos responderam para conversar com amigos, 64% responderam para lazer/diversão, 57,5% responderam para partilhar fotografias/vídeos/músicas, 34,4% responderam para saber de novidades dos outros, 30,8% responderam para conhecer pessoas, 21,1% dos inquiridos responderam exprimir ideias, 13% responderam partilhar fotografias/vídeos/músicas de outros, 6,5% responderam partilhar desabafos da minha vida, 6,1% responderam participar em discussões, 5,7% responderam partilhar informação das aulas, 4,9% responderam para

aborrecer algumas pessoas, e ainda 2,4% indicaram outro objetivo para além das opções de resposta indicadas na pergunta (v. gráfico 30).



**Gráfico 30. Objetivos de utilização das redes sociais (n=247)**

Por géneros verificamos que, com a mesma taxa de incidência, 91,9% responderam conversar com amigos. O segundo objetivo mais mencionado foi para lazer/diversão com uma taxa de incidência de 57,7% nos jovens e de 69,1% nas jovens, seguindo-se depois partilhar fotografias/vídeos/músicas como terceiro objetivo mais mencionado, com uma taxa de incidência de 47,7% nos jovens e de 65,4% nas jovens. Com uma taxa de incidência de 25,2% nos jovens e 41,9% nas jovens, aparece o objetivo para saber de novidades dos outros. Conhecer pessoas aparece depois com uma taxa de incidência de 42,3% nos jovens e de 21,3% nas jovens. 19,8% dos jovens e 22,1% das jovens para além de outros objetivos mencionaram exprimir ideias. Com uma taxa de incidência de 17,1% nos jovens e de 9,6% nas jovens para além de outros objetivos mencionaram partilhar fotografias/vídeos de outros. 6,3% dos jovens e 6,6% das jovens mencionaram partilhar desabafos da minha vida entre outros objetivos. Depois com uma taxa de incidência nos jovens de 11,7% e 1,5% nas jovens mencionaram além de outros objetivos participar em discussões. Partilhar informação das

aulas aparece depois, com uma taxa de incidência de 5,4% nos jovens e de 5,9% nas jovens. Para aborrecer algumas pessoas, entre outros objetivos foi mencionado por 5,4% dos jovens e 4,4% das jovens. 3,6% dos jovens e 1,5% das jovens para além dos objetivos mencionados como opção de resposta indicaram outro objetivo (v. gráfico 31).

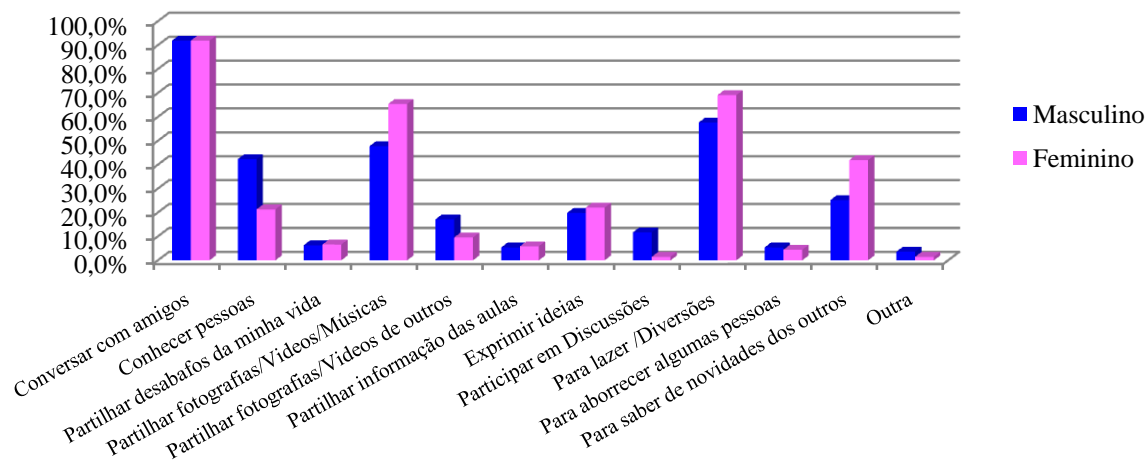
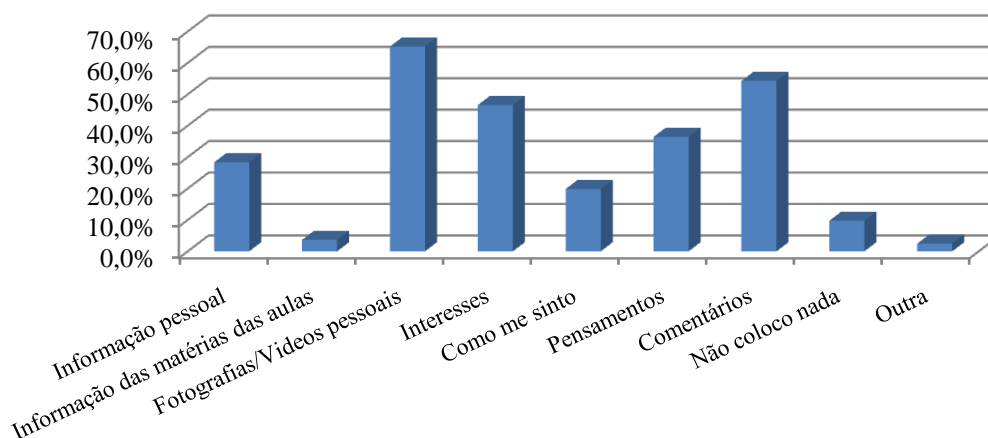


Gráfico 31. Objetivos de utilização das redes sociais por género (n=247)

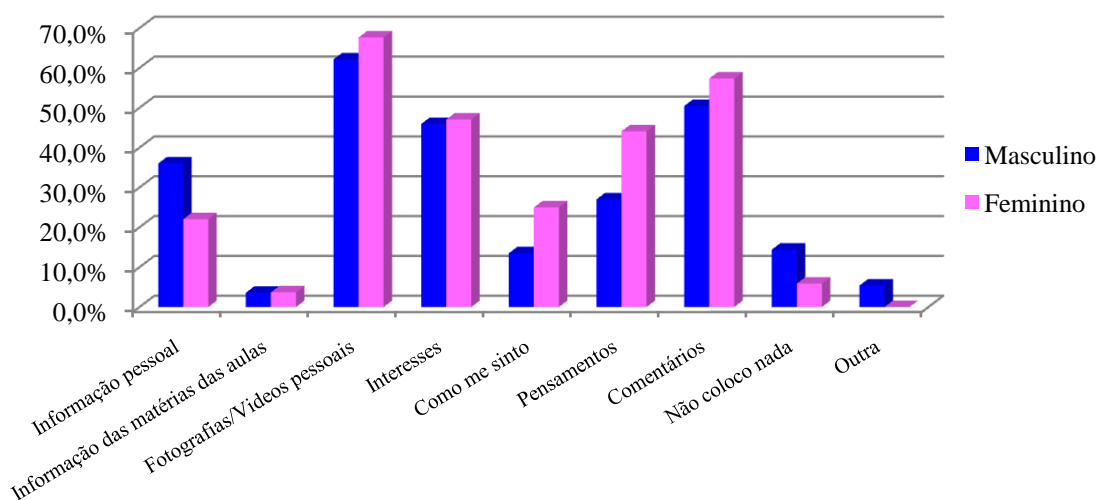
Analisando os gráficos 30 e 31 verificamos que o principal objetivo dos jovens nas redes sociais é conversar com amigos, evidenciando também uma forte tendência para aspetos ligados ao lazer e diversão em diferentes vertentes. Tendo os aspetos ligados à vida académica e partilha de ideias, revelado pouco interesse nos jovens inquiridos.

À questão “Que tipo de informação colocas na tua rede social?”, para além de outro tipo de informação 65,2% dos inquiridos colocam fotografias/vídeos pessoais, 54,3% dos inquiridos colocam comentários, 46,6% dos inquiridos colocam interesses, 36,4% dos inquiridos colocam pensamentos, 28,3% dos inquiridos colocam informação pessoal, 19,8% dos inquiridos colocam como me sinto (alegre, triste, com saudade, apaixonado...), 3,6% dos inquiridos para além de outro tipo de informação colocam informação das matérias das aulas, 2,4% dos inquiridos coloca outro tipo de informação para além das mencionadas e 9,7% dos inquiridos afirmam não colocar nada (v. gráfico 32).



**Gráfico 32. Informação colocada nas redes sociais (n=247)**

Por géneros verificamos que 62,2% dos jovens do sexo masculino para além de outro tipo de informação colocam fotografias/vídeos, neste mesmo parâmetro a taxa de incidência das jovens é de 67,6%. Dos inquiridos 50,5% dos jovens colocam comentários, neste mesmo parâmetro a taxa de incidência das jovens é de 57,4%. Para além de outro tipo de informação 45,9% dos jovens colocam interesses, sendo a taxa de incidência nas jovens de 47,1%. A opção, pensamentos tem uma taxa de incidência nos jovens de 27% e de 44,1% nas jovens. Dos jovens inquiridos 36% colocam informação pessoal, sendo a taxa de incidência nas jovens de 22,1%. “Como me sinto” tem uma taxa de incidência nos jovens de 13,5% e de 25% nas jovens. Informação das matérias das aulas revela uma taxa de incidência de 3,6% nas respostas dos jovens e de 3,7% nas respostas das jovens. 5,4% dos jovens afirmam colocar outro tipo de informação nas redes sociais para além das mencionadas, enquanto nas jovens não se verifica qualquer ocorrência. 14,4% dos jovens afirma não colocar nada nas redes sociais, sendo a taxa de incidência nas jovens de 5,9% (v. gráfico 33).



**Gráfico 33. Informação colocada nas redes sociais por géneros (n=247)**

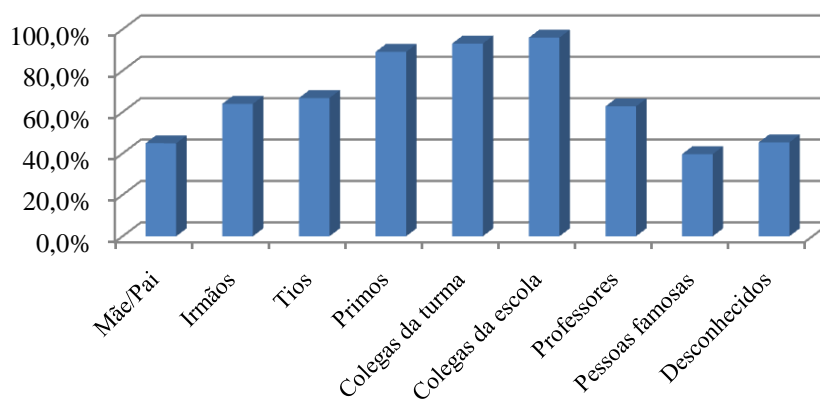
Após análise dos gráficos 32 e 33 apuramos que o tipo de informação que os jovens na sua generalidade mais publicam nas redes sociais é fotografias/vídeos pessoais e comentários. Na análise por géneros verificamos que as jovens colocam mais informação do foro pessoal/sentimental, porém quando falamos de dados pessoais os jovens expõe-se muito mais. De salientar ainda que quase 10% dos jovens afirma não colocar nenhuma informação nas redes sociais, tendo aqui sido detetado uma ocorrência bem superior nos jovens do género masculino.

- **Comportamentos nas redes sociais**

Nesta dimensão pretendemos identificar e caracterizar os comportamentos dos alunos quanto à natureza dos contactos que mantêm nas redes sociais ambicionando, assim, compreender melhor os grupos de relacionamento e que procedimentos adotam com os mesmos.

À questão “Na rede social que mais utilizas, tens como amigos?”, 96% dos inquiridos responderam que para além de outro tipo de afinidades têm como amigos na rede social que mais utilizam os colegas da escola, 93,1% responderam que têm como amigos na rede social

que mais utilizam os colegas de turma, 89,1% responderam que têm como amigos na rede social que mais utilizamos primos, 66,8% responderam que têm como amigos na rede social que mais utilizamos tios, 64% responderam que têm como amigos na rede social que mais utilizamos irmãos, 62,8% dos inquiridos responderam que têm como amigos na rede social que mais utilizamos professores, 45,3% dos inquiridos responderam que têm ligações na rede social que mais utilizam com desconhecidos, 44,9% dos inquiridos responderam que têm como amigos na rede social que mais utilizamos pais e 39,7% dos inquiridos responderam que têm ligações na rede social que mais utilizam com pessoas famosas (v. gráfico 34).



**Gráfico 34. Amizades e/ou ligações nas redes sociais (n=247)**

Na análise por géneros verificamos que na rede social que mais utilizam têm como amigos colegas da escola, 94,6% dos jovens e de 97,1% das jovens. 91% dos jovens têm como amigos na rede social que mais utilizamos os colegas da turma, neste mesmo parâmetro a taxa de incidência das jovens é de 94,9%. Dos jovens inquiridos 92,8% têm como amigos na rede social que mais utilizamos primos, sendo a taxa de incidência nas jovens de 86%. Dos jovens inquiridos 66,7% têm como amigos na rede social que mais utilizamos os tios, verificando-se uma taxa de incidência neste parâmetro de 66,9% nas jovens. Para além de outro tipo de afinidades 65,8% dos jovens têm como amigos na rede social que mais utilizamos irmão, neste parâmetro verifica-se uma taxa de incidência de 62,5% nas jovens.

Dos jovens inquiridos 57,7% têm ligações na rede social que mais utilizam com professores, sendo a taxa de incidência nas jovens de 66,9%. Dos jovens inquiridos 51,4% têm ligações na rede social que mais utilizam com desconhecidos, verificando-se uma taxa de incidência de 40,4% nas jovens. Para além de outro tipo de afinidades 45,9% dos jovens têm como amigos na rede social que mais utilizamos pais, sendo que neste parâmetro a taxa de incidência de 44,1% nas jovens. Dos jovens inquiridos 34,2% têm ligações na rede social que mais utilizam com pessoas famosas, tendo as jovens evidenciado uma taxa de incidência de 44,1% (v. gráfico 35).

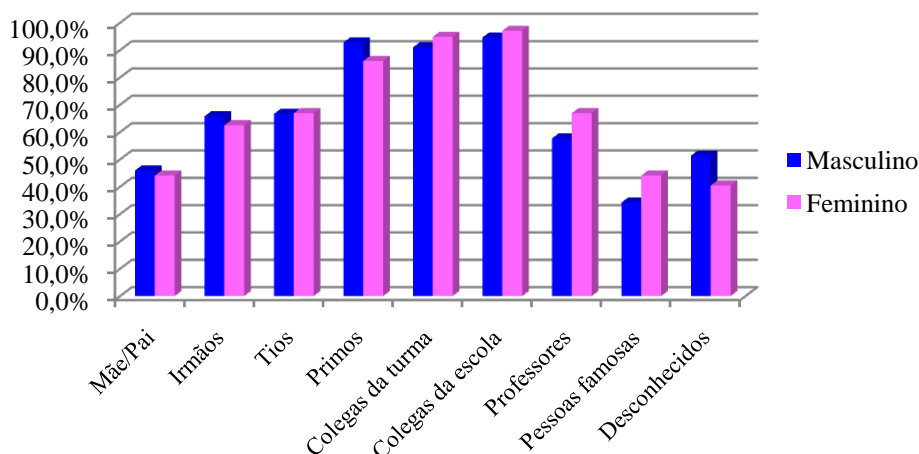


Gráfico 35. Amizades e/ou ligações nas redes sociais por géneros (n=247)

Analisando os gráficos 34 e 35 verificamos que os jovens na sua generalidade têm amizades e/ou ligação na rede social que mais utilizam com colegas da escola e da turma, apuramos também que as ligações com grau de parentesco representam 44% do total das respostas. Outro facto curioso que detetamos é a elevada percentagem de ligações que os jovens têm com desconhecidos, com uma incidência nos jovens do sexo masculino que ultrapassa os 50%.

À questão “Conheces pessoalmente todos os amigos da tua rede social?”, a esmagadora maioria, 80,1% dos inquiridos responderam não conhecer pessoalmente todos os

amigos da sua rede social, em contraste com os 19,9% dos inquiridos que afirmaram conhecer pessoalmente todos os amigos da sua rede social (v. gráfico 36).

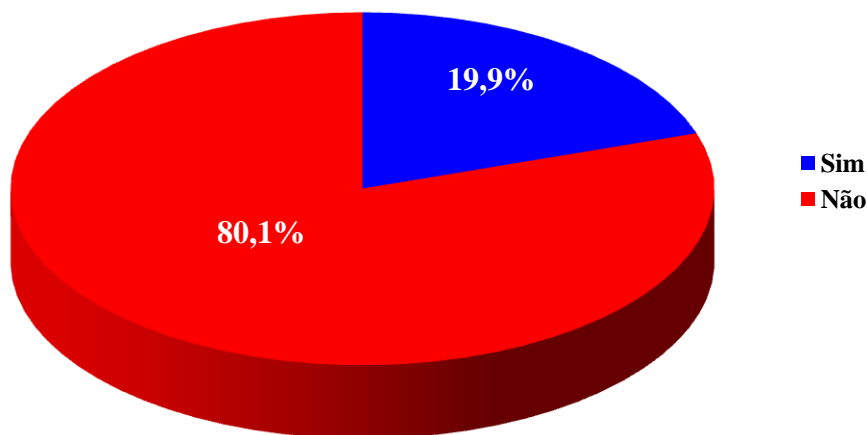


Gráfico 36. Grau de “intimidade” das relações nas redes sociais (n=247)

Na análise por géneros verificamos que 75,7% dos jovens do sexo masculino afirmam não conhecer pessoalmente todos os amigos da sua rede social, enquanto a taxa de incidência nas jovens é do 83,7%. (v. gráfico 37).

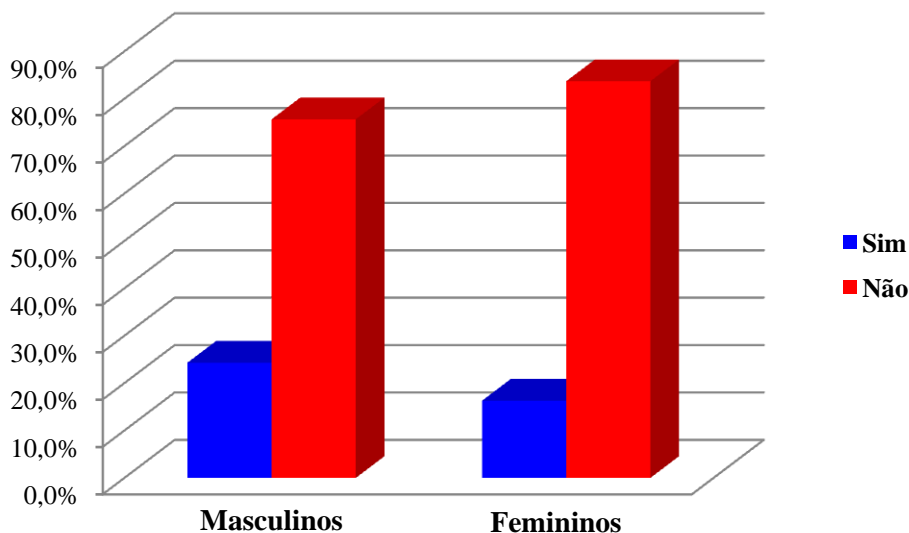


Gráfico 37. Grau de “intimidade” das relações nas redes sociais por género (n=247)

Após análise dos gráficos 36 e 37 verificamos que a esmagadora maioria dos jovens inquiridos na sua generalidade afirma não conhecer pessoalmente todos os amigos na sua rede social, na observação por género detetamos uma taxa de incidência superior nas jovens. Tal

contrapõe como verificado na análise da questão anterior, onde se apurou que os jovens tinham uma taxa de incidência superior à das jovens, quando 51,4% dos jovens afirmaram que tinham ligações/amizade com desconhecidos na rede social que mais utilizavam. Estes dados levam-nos a considerar que os inquiridos fazem a distinção entre não conhecer pessoalmente, mas saber quem são e não conhecer de todo.

À questão “Por norma, aceitas todos os pedidos de amizade que te são feitos?”, 60,7% dos inquiridos responderam que por norma nem sempre aceitam todos os pedidos de amizade que lhe são realizados, 25,1% dos inquiridos responderam que aceitam todos os pedidos de amizade que lhes são realizados se conhecerem pessoalmente a pessoa, 10,5% dos inquiridos responderam que aceitam todos os pedidos de amizade que lhe são realizados e 3,6% dos inquiridos responderam que não aceitam todos os pedidos de amizade que lhe são realizados (v. gráfico 38).

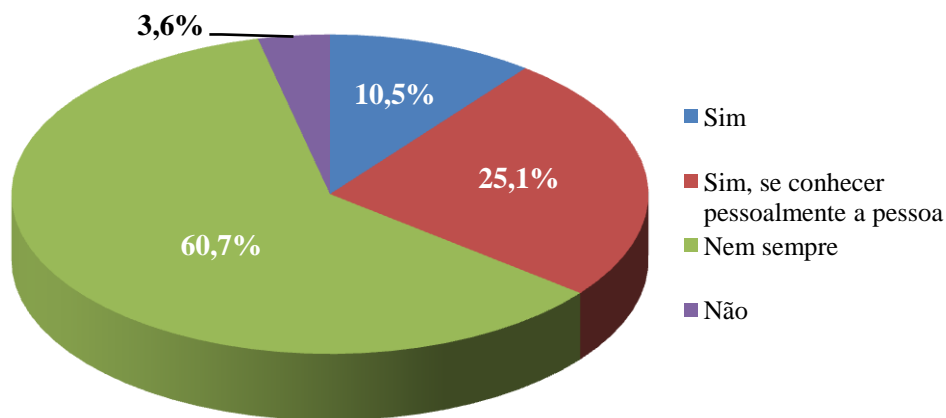
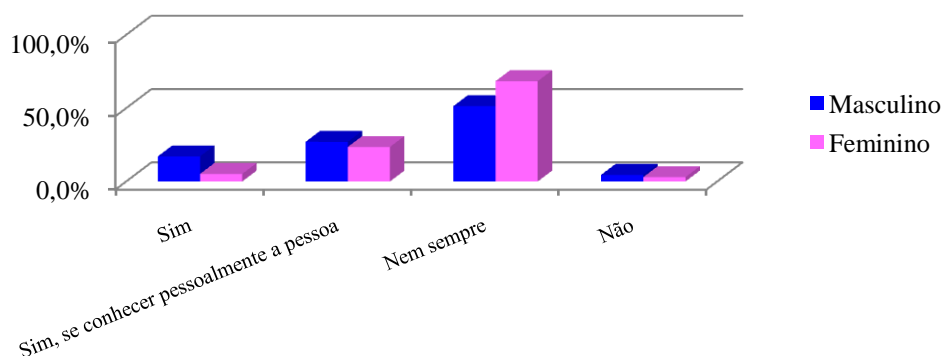


Gráfico 38. Admissão de pedidos de amizade (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 51,4% dos jovens do sexo masculino afirmam, por norma, nem sempre aceitar todos os pedidos de amizade que lhe são efetuados, Sendo a taxa de incidência nas jovens bem mais elevada, fixando-se nos 68,4%. No parâmetro, por norma, aceitam todos os pedidos de amizade se conhecerem pessoalmente, responderam afirmativamente 27% dos e jovens e 23,5% das jovens. 17,1% dos jovens

afirmaram aceitarem todos os pedidos de amizade que lhes são realizados, enquanto só 5,1% das jovens afirmou o mesmo. Por fim 4,5% dos jovens afirma que, por norma, não aceita todos os pedidos de amizade que lhes são efetuados, tendo respondido da mesma forma 2,9% das jovens (v. gráfico 39).



**Gráfico 39. Admissão de pedidos de amizade por género (n=247)**

Analisando os gráficos 38 e 39, verificamos que a esmagadora maioria dos jovens, por norma, não aceita todos os pedidos de amizade que lhes são efetuados, principalmente no setor feminino, onde apuramos uma taxa de ocorrência superior à dos jovens do sexo masculino em 17%. Averiguamos ainda que, 25% dos jovens, aceitam todos os pedidos de amizade que lhes são endereçados por pessoas que conhecem pessoalmente.

À questão “Já Consultaste as definições de privacidade da tua rede social?”, 89,5% dos inquiridos responderam afirmativamente, tendo 10,5% respondido que nunca consultaram as definições de privacidade da sua rede social (v. gráfico 40).

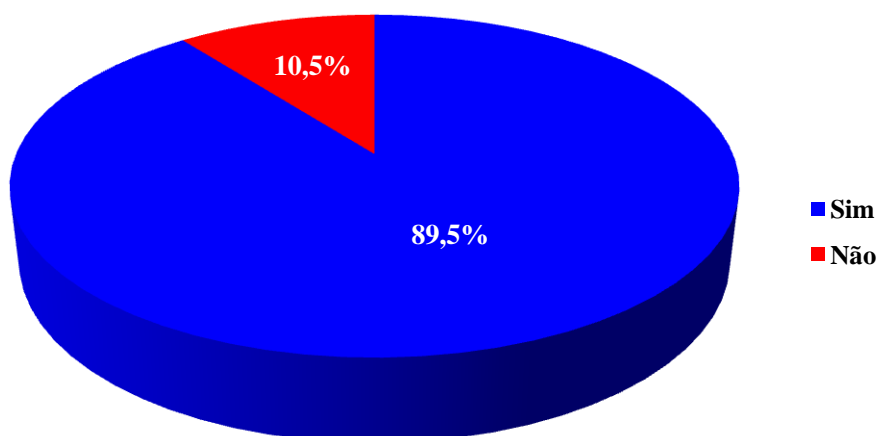


Gráfico 40. Consultas de definição de privacidade na rede social (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 84,7% dos jovens do sexo masculino afirmam que já consultaram as definições de privacidade da sua rede social, tendo a taxa de ocorrência nas jovens sido de 93,4%. Nos inquiridos que responderam que não consultaram as definições da sua rede social a taxa de ocorrência é de 15,3% nos jovens e de 6,6% nas jovens (v. gráfico 41).

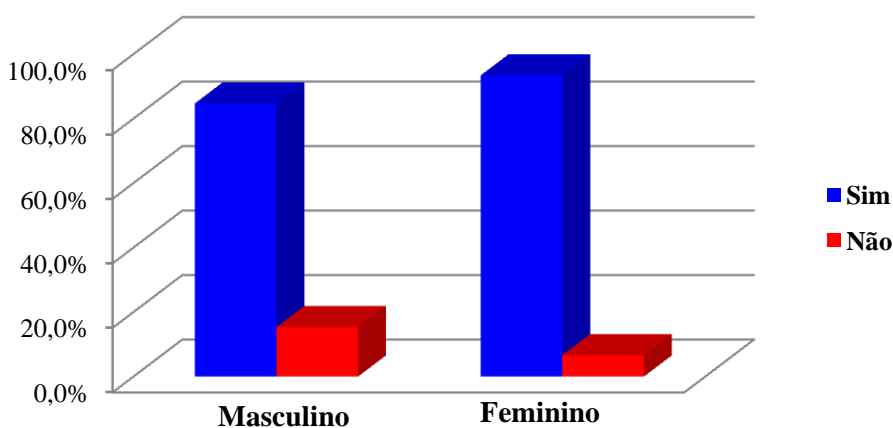


Gráfico 41. Consultas de definição de privacidade na rede social por género (n=247)

Após análise dos gráficos 40 e 41, verificamos que a esmagadora maioria, quase 90%, dos jovens já consultou as definições de privacidade da sua rede social, na comparação por género apuramos que as jovens têm mais esse cuidado do que os jovens.

- **Perceção em relação ao uso das redes sociais por parte dos adultos**

Nesta dimensão pretendemos identificar a perceção que os alunos têm relativamente à vigilância pelos adultos no uso das redes sociais e que comportamentos adotam com essa situação.

À questão “Os teus pais sabem o que publicas nas redes sociais?”, 52,6% dos inquiridos responderam afirmativamente, também 26,3% dos inquiridos responderam afirmativamente acrescentando que os pais têm amizade com eles na redes sociais e vêem o que fazem, 20,2% dos inquiridos responderam que os pais não sabem o que eles publicam nas redes sociais e 0,8% para além de afirmarem que os pais não sabem o que eles publicam nas redes sociais, bloqueiam-nos para eles não verem o que publicam (v. gráfico 42).

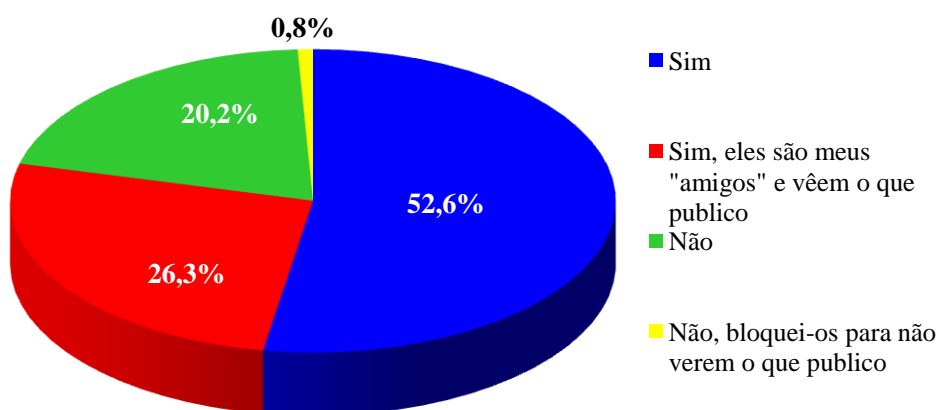


Gráfico 42. Noção dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais (n=247)

Na análise por géneros verificamos que 41,4% dos jovens do sexo masculino afirmam que os pais sabem o que eles publicam nas redes sociais, sendo a taxa de ocorrência nas jovens bem superior, de 61,8%. Dos jovens inquiridos do sexo masculino 28,8% responderam afirmativamente acrescentando que os pais têm amizade com eles na redes sociais e vêem o que fazem, neste parâmetro a taxa de incidência das jovens é de 24,3%. Dos jovens inquiridos 28,8% responderam que os pais não sabem o que eles publicam nas redes sociais, verificando-se uma taxa de ocorrência nas jovens de 13,2% neste parâmetro. Dos jovens inquiridos 0,9% para além de afirmarem que os pais não sabem o que eles publicam nas redes sociais,

bloqueiam-nos para eles não verem o que fazem, sendo a taxa de incidência nas jovens de 0,7%. (v. gráfico 43).

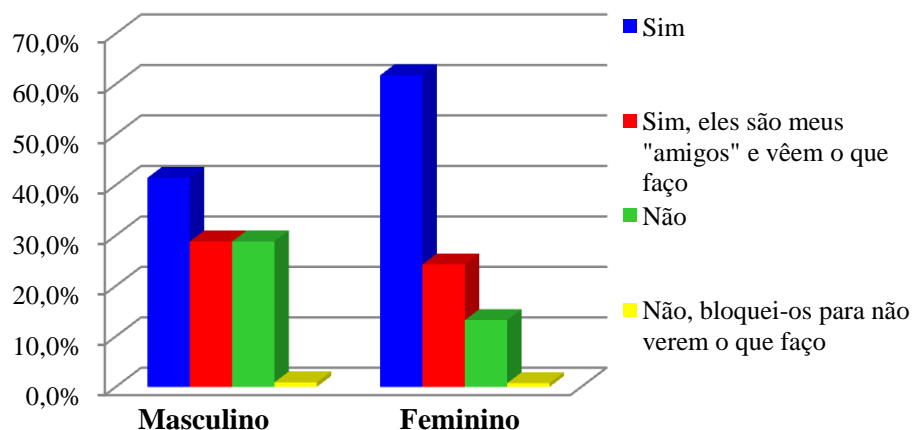


Gráfico 43. Noção dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247)

Analisando os gráficos 42 e 43 verificamos que a esmagadora maioria, quase 80%, dos jovens afirmam que os pais sabem o que eles publicam nas redes sociais. Apuramos também que dos cerca de 20% dos jovens inquiridos que responderam que os pais não sabem o que eles publicam nas redes sociais, a taxa de incidência é bem superior nos jovens do sexo masculino.

À questão “Os teus pais já te chamaram à atenção por algum comentário que fizeste ou vídeo/imagem que publicaste?”, 70,4% dos inquiridos responderam que não, 19% dos inquiridos não responderam a esta questão e 10,5% dos inquiridos responderam afirmativamente (v. gráfico 44).

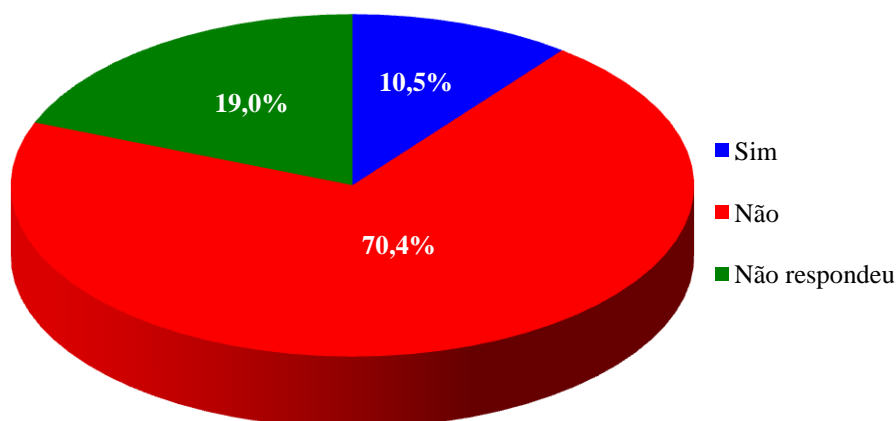


Gráfico 44. Opinião dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 72,1% dos jovens do sexo masculino afirmam que não, já a taxa de ocorrência verificada nas jovens é de 68,5%. Dos jovens inquiridos 26,1% do sexo masculino não responderam a esta questão, tendo 13,2% das jovens procedido do mesmo modo. Também 5,4% dos jovens afirmaram que sim, verificando-se uma taxa de ocorrência das jovens neste parâmetro de 14,7%. (v. gráfico 45).

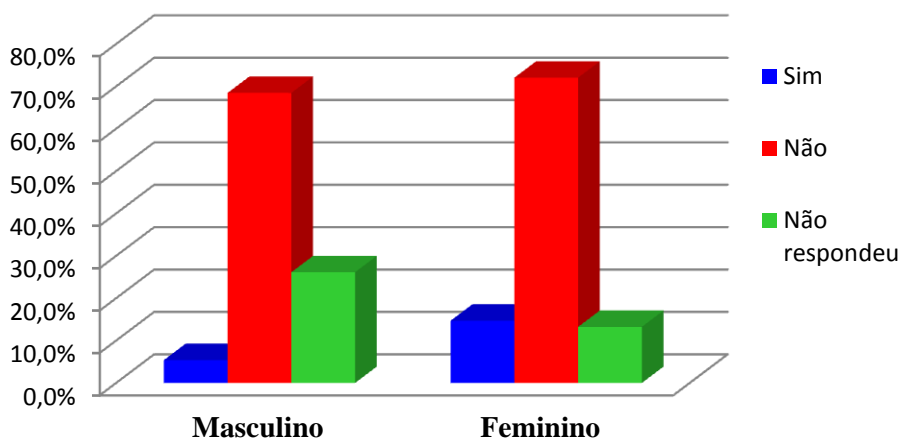


Gráfico 45. Opinião dos pais sobre o que os filhos publicam nas redes sociais por género (n=247)

Após análise dos gráficos 44 e 45 verificamos que a esmagadora maioria dos jovens não é chamada à atenção pelos pais relativamente ao que publicam nas redes sociais. Dos 10,5% dos jovens que afirmam que já foram chamados à atenção por algum comentário que fizeram ou vídeo/imagem que publicaram, a grande parte é do sexo feminino. 19% dos inquiridos não responderam a esta questão, o que nos leva a depreender que a resposta seria

positiva, não respondendo eventualmente para não indicar os motivos, que serão expostos na questão seguinte.

À questão “O que foi que te disseram? Que pensaste sobre essa chamada de atenção?”, responderam 24 dos 26 inquiridos que responderam afirmativamente à questão anterior. Desses, 50% responderam ser prudente e aceitaram a indicação, 30,8% responderam retirar o que publicaram e aceitaram a indicação, 11,5% responderam ignorar a chamada de atenção e 7,7% não responderam a esta questão, apesar de terem respondido afirmativamente à questão anterior (v. gráfico 46).

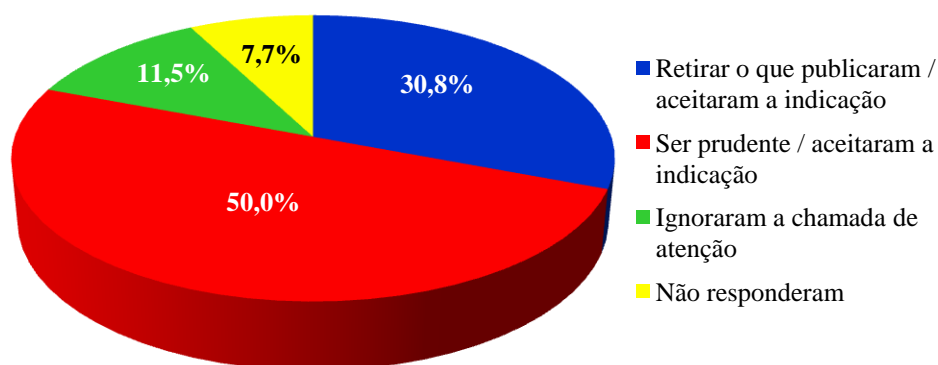
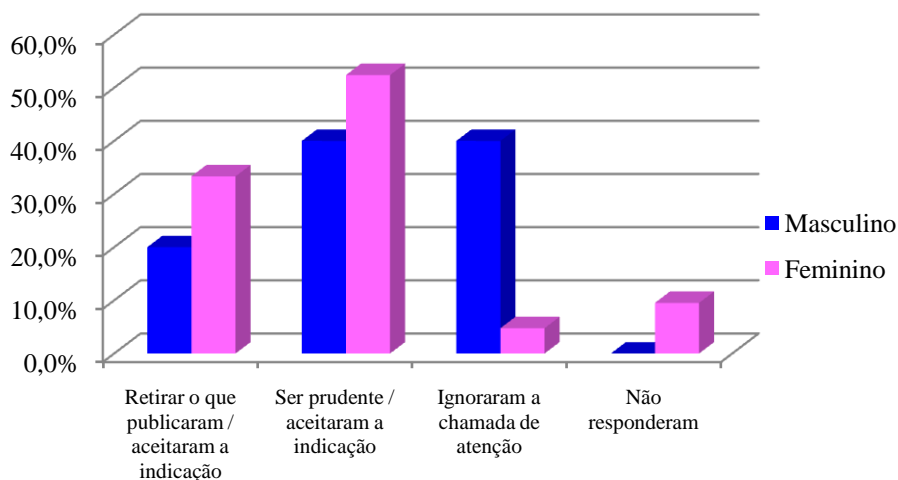


Gráfico 46. Advertência dos pais e o que os filhos pensam disso (n=26)

Na análise por géneros verificamos que dos 26 jovens que responderam afirmativamente à questão anterior, 40% dos jovens do sexo masculino responderam ser prudente e aceitaram a indicação, já a taxa de ocorrência verificada nas jovens é de 52,4%. 20% dos jovens do sexo masculino responderam retirar o que publicaram e aceitaram a indicação, verificando-se uma taxa de incidência neste parâmetro de 33,3% nas jovens. 40% dos jovens do sexo masculino responderam ignorar a chamada de atenção, sendo a taxa de ocorrência nas jovens de 4,8%. 9,5% das jovens não responderam apesar de terem respondido afirmativamente à questão anterior, não se verificando qualquer ocorrência neste parâmetro no setor masculino (v. gráfico 47).



**Gráfico 47. Advertência dos pais e o que os filhos pensam disso por género (n=26)**

Analisando os gráficos 46 e 47 verificamos que a esmagadora maioria dos jovens aceitam as indicações dos pais relativamente ao que publicam nas redes sociais, com principal incidência nas jovens.

- **Perceção em relação à informação publicada**

Nesta dimensão, pretendemos identificar a perceção que os alunos têm relativamente ao tipo de informação que deve ou não ser publicada nas redes sociais. Começamos por perguntar se consideram que deve publicar-se todo tipo de informação nas redes sociais, se costumam fazer comentários e que tipo, se consideram que podem ser penalizados judicialmente pelos comentários ou publicações que realizam nas redes sociais e o que pensam sobre o que acontece quando eliminam informação.

À questão “Achas que se deve publicar todo o tipo de informação nas redes sociais?”, a esmagadora maioria dos inquiridos, 90,7%, responderam que não, 7,3% dos inquiridos responderam afirmativamente e 2% dos inquiridos não responderam a esta questão (v. gráfico 48).

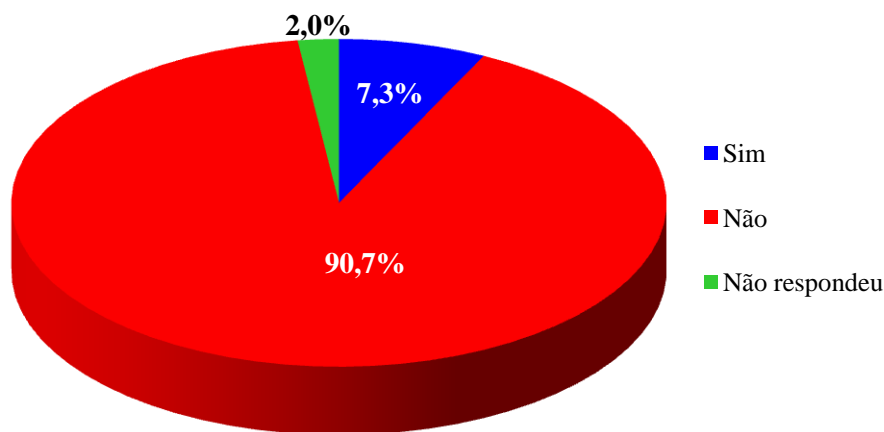


Gráfico 48. Consideram que devem publicar tudo nas redes sociais (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 82,9% dos jovens do sexo masculino consideram que não se deve publicar todo o tipo de informação nas redes sociais, da mesma forma responderam 97,1% das jovens inquiridas. 14,4% dos jovens consideram que podem publicar todo o tipo de informação nas redes sociais, da mesma forma responderam 1,5% das jovens. 2,7% dos jovens do sexo masculino não responderam a esta questão, sendo que 1,5% das jovens também não respondeu a esta questão (v. gráfico 49).

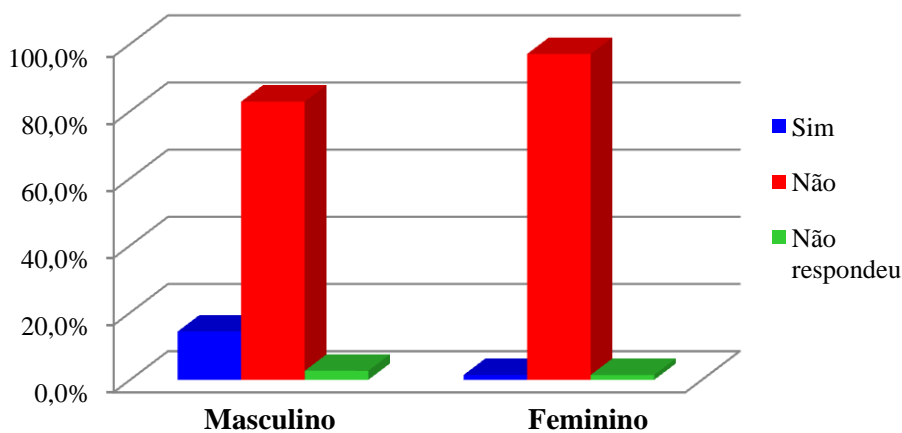


Gráfico 49. Consideram que devem publicar tudo nas redes sociais por género (n=247)

Após análise dos gráficos 48 e 49, verificamos que a esmagadora maioria dos jovens considera que não se deve publicar todo tipo de informação nas redes sociais, com principal incidência nas jovens. Também dos 7,3% que consideram que se pode publicar todo o tipo de informação nas redes sociais a taxa de incidência é bem superior no setor masculino.

A questão “Que tipo de informação, na tua opinião não deve ser publicada?”, foi dirigida aos inquiridos que na questão anterior o fizeram de forma negativa. Destes 55,9% responderam que para além de outros dados não devem ser publicados contactos, 54,3% responderam não devem ser publicados assuntos pessoais, 22% responderam que não devem ser publicados fotos/vídeos íntimos, 15,6% responderam que não devem ser publicados comentários inapropriados, 11,3% responderam que não devem ser publicadas injúrias, 5,4% responderam que não devem ser publicados fotos de crianças, 4,3% responderam que não devem ser publicados detalhes da vida quotidiana, 2,2% responderam que não devem ser publicados fotos/vídeos quotidianos, 1,6% responderam que não devem ser publicadas informações sobre hobbies, 0,5% responderam que não devem ser publicadas informações sobre terceiros e 20,4% apesar de terem respondido não na questão anterior não responderam a esta como seria expectável (v. gráfico 50).

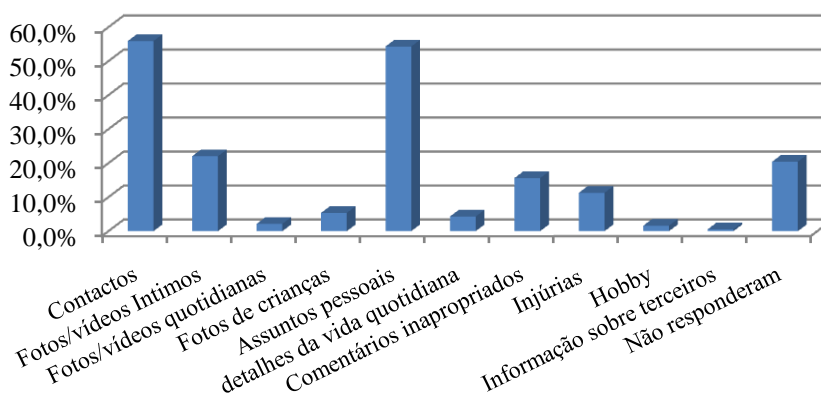


Gráfico 50. O que consideram que não devem publicar nas redes sociais (n=224)

Na análise por géneros, verificamos que 52,2% dos jovens do sexo masculino consideram que para além de outros dados não se deve publicar nas redes sociais contactos, verificando-se uma taxa de ocorrência de 58,1% nas jovens. Dos jovens inquiridos 53,6% do sexo masculino consideram que não se deve publicar nas redes sociais assuntos pessoais, apurando-se neste parâmetro uma taxa de incidência de 54,7% nas jovens. Também 20,3%

dos jovens consideram que não se deve publicar nas redes sociais fotos/vídeos íntimos, verificando uma taxa de ocorrência nas jovens neste parâmetro de 23,1%. Dos jovens inquiridos 11,6% consideram que não se deve publicar nas redes sociais comentários inapropriados, verificando-se neste parâmetro uma taxa de incidência de 17,9% nas jovens. 8,7% dos jovens do sexo masculino consideram que não se deve publicar nas redes sociais injúrias, apurando-se neste parâmetro uma taxa de incidência de 12,8% nas jovens. 2,9% dos jovens do consideram que não se deve publicar nas redes sociais fotos de crianças, verificando-se neste parâmetro uma taxa de ocorrência de 6,8% nas jovens. 2,9% dos jovens consideram que dados não se deve publicar nas redes sociais detalhes da vida quotidiana, verificando-se neste parâmetro uma taxa de incidência de 5,1% nas jovens. 4,3% dos jovens consideram que não se deve publicar nas redes sociais fotos/vídeos quotidianas, apurando-se neste parâmetro uma taxa de ocorrência de 0,9% nas jovens. 1,4% dos jovens consideram que para além de outros dados não se deve publicar nas redes sociais informação sobre hobbies, apurando-se neste parâmetro uma taxa de incidência nas jovens de 1,7%. 0,9% das jovens consideram que não se deve publicar nas redes sociais informação sobre terceiros. 33,3% dos jovens e 12,8% das jovens apesar de terem respondido não na questão anterior não responderam a esta como seria expectável (v. gráfico 51).

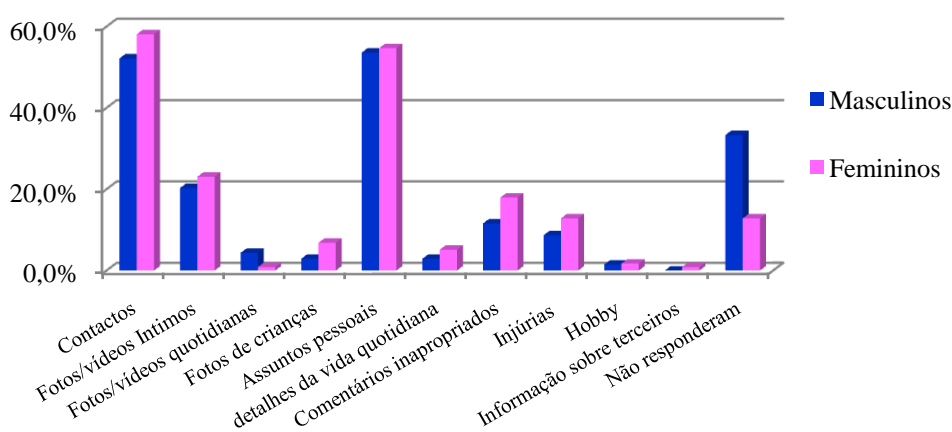


Gráfico 51. O que consideram que não devem publicar nas redes sociais por género (n=224)

Analisando os gráficos 50 e 51 verificamos que a grande maioria dos jovens consideram que não se deve publicar nas redes sociais contactos e assuntos pessoais. Averiguamos também que dados como fotos/vídeos íntimos, comentários inapropriados e injúrias, ultrapassaram os 10% nas referências do que os jovens consideram que não deve ser publicado nas redes sociais.

À questão “Costumas fazer comentários nas redes sociais?”, a esmagadora maioria dos inquiridos, 76,5%, responderam que sim, 20,2% dos inquiridos responderam que não, 2% dos inquiridos responderam que nunca comentam nada e 1,2% dos inquiridos não responderam a esta questão (v. gráfico 52).

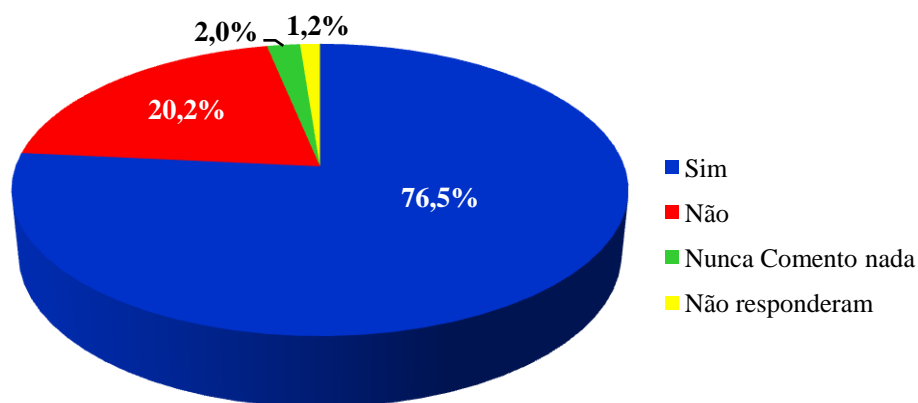


Gráfico 52. Hábitos de comentar nas redes sociais (n=247)

Na análise por géneros verificamos que 71,2% dos jovens do sexo masculino costumam fazer comentários nas redes sociais, sendo a taxa de incidência nas jovens de 80,9%. 25,2% dos jovens não costumam fazer comentários nas redes sociais, verificando uma taxa de ocorrência nas jovens neste parâmetro de 16,2%. 1,8% dos jovens afirmam nunca comentar nada, tendo-se apurado nas jovens uma taxa de incidência de 2,2% neste parâmetro . 1,8% dos jovens e 0,7% das jovens não a esta questão (v. gráfico 53).

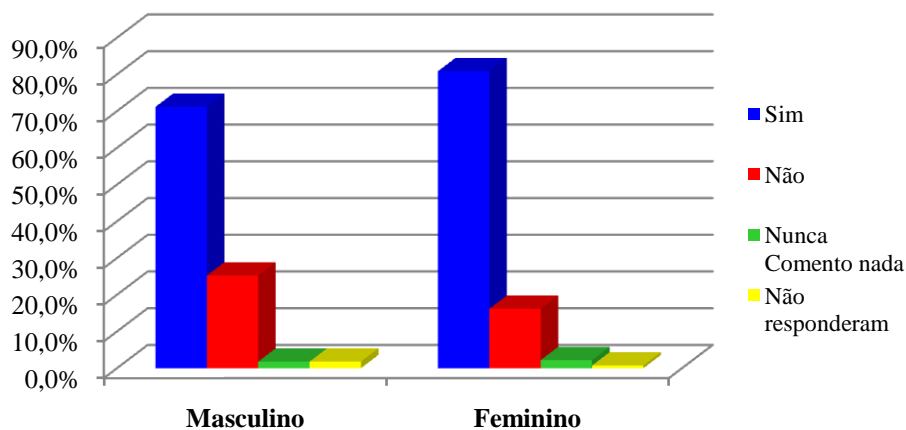
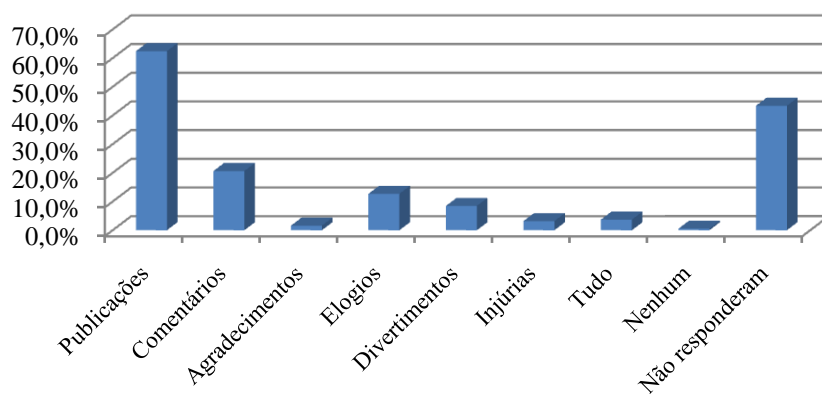


Gráfico 53. Hábitos de comentar nas redes sociais por género (n=247)

Após análise dos gráficos 52 e 53 verificamos que a esmagadora maioria dos jovens costuma fazer comentários nas redes sociais, com maior incidência nas jovens.

À questão “Que tipo de comentários costumam fazer?”, foi dirigida aos inquiridos que na questão anterior responderam de forma afirmativa. Destes 62,4% comentam publicações para além de outros conteúdos, 20,6% efetuam observações sobre comentários para além de outros conteúdos, 12,7% dos inquiridos comentam elogios para além de outros conteúdos, 8,5% dos inquiridos comentam divertimentos para além de outros conteúdos, 3,7% dos inquiridos comentam tudo, 3,2% dos inquiridos comentam injúrias para além de outros conteúdos, 1,6% dos inquiridos para além de outros conteúdos comentam agradecimentos, 0,5% dos inquiridos não realizam nenhum e 43,4% apesar de terem respondido sim na questão anterior não responderam a esta como seria expectável (v. gráfico 54).



**Gráfico 54. Comentários nas redes sociais (n=189)**

Na análise por géneros verificamos que 32,9% dos jovens do sexo masculino para além de outros conteúdos comentam publicações, no setor feminino verifica-se uma taxa de ocorrência 83,6%. Dos jovens inquiridos 22,8% efetuam observações sobre comentários, tendo-se nas jovens apurado uma taxa de incidência de 19,1%. Dos jovens do sexo masculino 15,2% comentam elogios, verificando-se uma taxa de ocorrência nas jovens de 10,9%. Também 11,4% dos jovens comentam divertimentos, sendo a taxa de incidência de 6,4% nas jovens. Dos jovens 2,5% e 4,5% das jovens comentam tudo. Dos jovens 6,3% e 0,9% das jovens comentam injúrias. Dos jovens 2,5% e 0,9% das jovens comentam agradecimentos. Dos jovens do sexo masculino 1,3% não realizam nenhum comentário. Dos jovens 57% e 33,6% das jovens apesar de terem respondido sim na questão anterior não responderam a esta como seria expectável (v. gráfico 55).

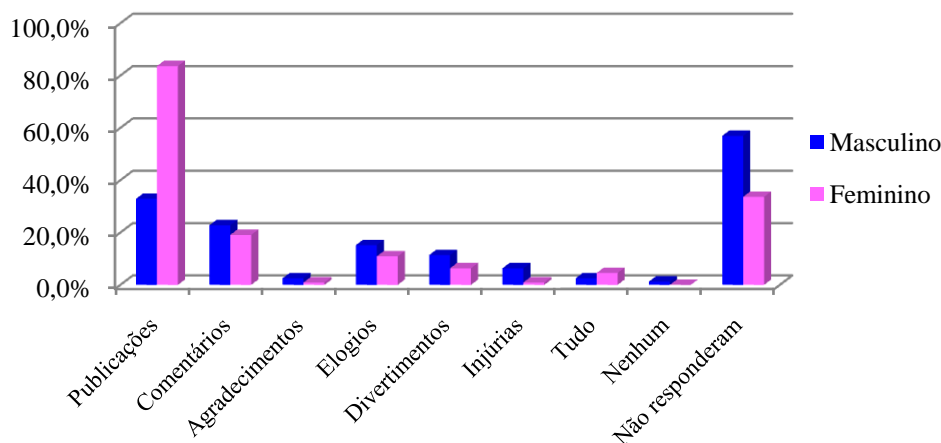


Gráfico 55. Comentários nas redes sociais por género (n=189)

Analisando os gráficos 54 e 55 verificamos que a grande maioria dos jovens comenta publicações. Verificamos, também, que comentários e elogios atingiram os dois dígitos nas referências do que os jovens comentam nas redes sociais. Refira-se ainda que uma percentagem significativa dos 189 inquiridos que responderam afirmativamente à questão anterior não respondeu a esta questão.

À questão “Na tua opinião pode-se ser condenado em tribunal pelos comentários/publicações nas redes sociais?”, a grande maioria, 65,6% dos inquiridos responderam afirmativamente, 31,6% dos inquiridos responderam que não e 2,8% dos inquiridos não responderam a esta questão (v. gráfico 56).

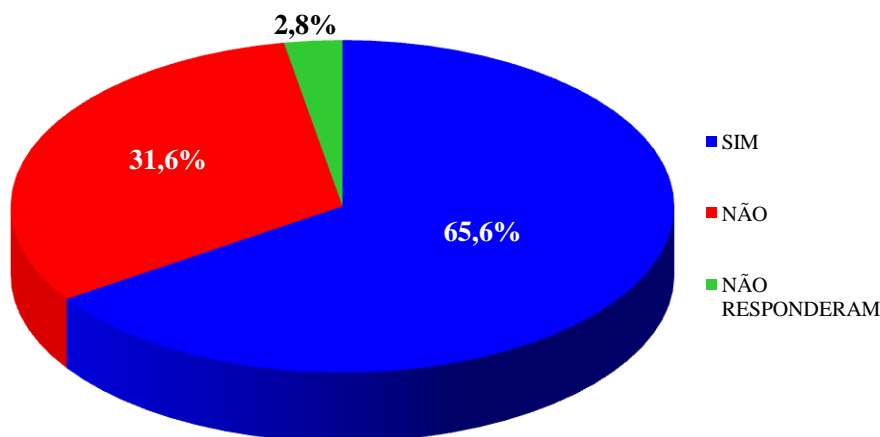


Gráfico 56. Opinião sobre a ação judicial nas redes sociais (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 56,8% dos jovens do sexo masculino responderam afirmativamente, já no setor feminino verifica-se uma taxa de ocorrência de 72,8%. Dos jovens inquiridos 39,6% responderam negativamente, tendo respondido da mesma forma 25% das jovens. 3,6% dos jovens e 2,2% das jovens não responderam a esta questão (v. gráfico 57).

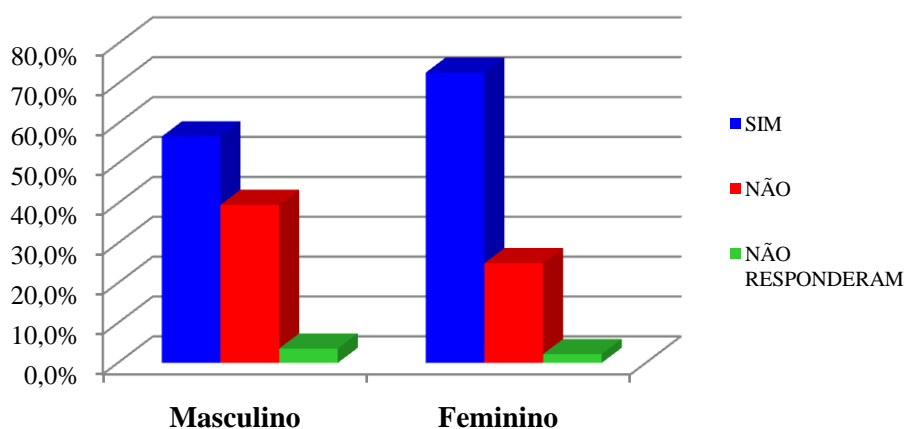


Gráfico 57. Opinião por género sobre a ação judicial nas redes sociais (n=247)

Após análise dos gráficos 56 e 57, apuramos que a grande maioria dos jovens considera que se pode ser condenado em tribunal pelos comentários/publicações nas redes sociais, verificamos ainda que são as jovens que mais consciências parecem ter desse facto.

À questão “Quando eliminas informação da tua rede social mais ninguém a poderá ver?”, a grande maioria, 51,4% dos inquiridos afirmam ser verdadeira esta afirmação, 46,6% dos inquiridos afirma ser falsa esta afirmação e 2% dos inquiridos não responderam (v. gráfico 58).

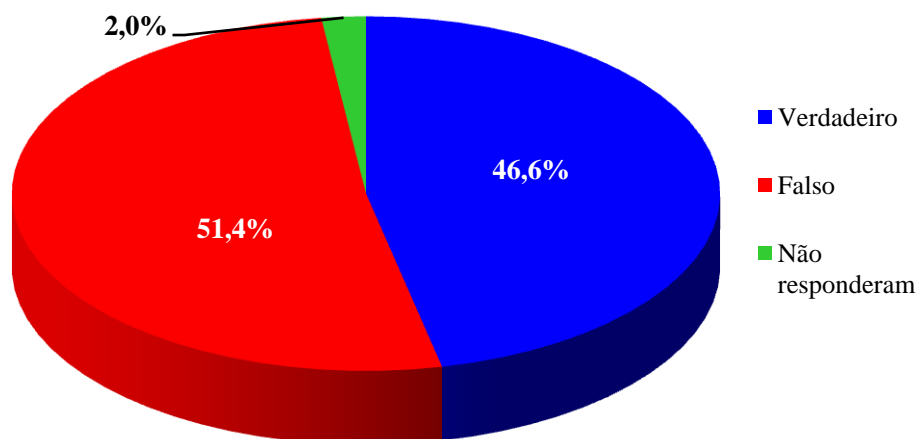


Gráfico 58. Conhecimento do funcionamento das redes sociais (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 48,6% dos jovens do sexo masculino consideram esta afirmação ser verdadeira e em igual percentagem considera ser falsa. 44,9% das jovens consideram esta afirmação verdadeira e 53,7% considera ser falsa. 2,7% dos jovens e 1,5% das jovens não responderam a esta questão (v. gráfico 59).

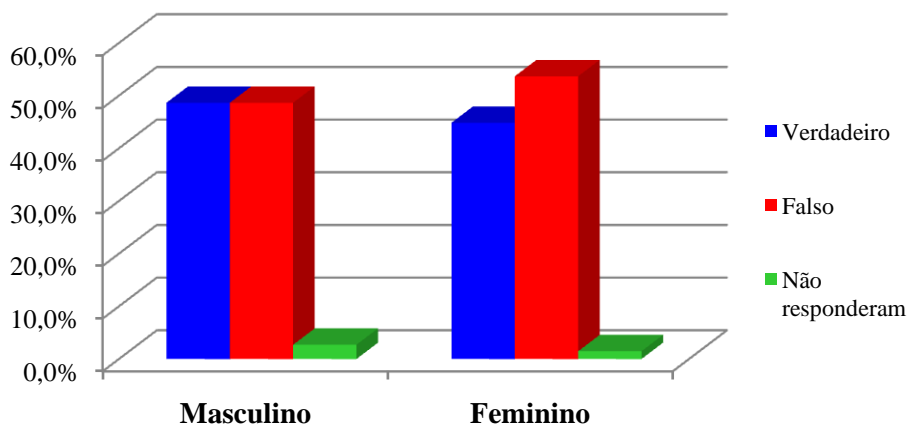


Gráfico 59. Conhecimento do funcionamento das redes sociais por género (n=247)

Analisando os gráficos 58 e 59, verificamos que os jovens inquiridos se encontram divididos quanto à veracidade desta afirmação, sendo que são as jovens a considerar na sua maioria que não é possível ver informação entretanto eliminada da sua rede social.

- **Perceção em relação ao impacto do uso das redes na vida profissional**

Nesta dimensão pretendemos identificar a perceção dos alunos relativamente ao impacto que a informação disponível nas redes sociais poderá ter no futuro.

À questão “Achas que quando mais amigos tiveres na tua rede social, mais hipóteses terás no futuro de conseguir emprego?”, a grande maioria, 85,4% dos inquiridos consideram que não, 12,6% dos inquiridos considera que sim e 2% dos inquiridos não sabe ou não respondeu (v. gráfico 60).

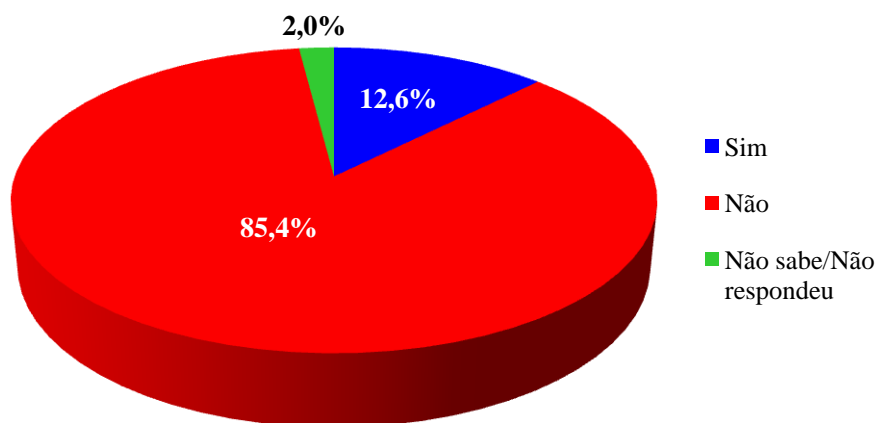


Gráfico 60. Opinião do impacto das redes sociais na vida profissional (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 81,1% dos jovens do sexo masculino consideram que ter mais amizades na sua rede social não lhes vai possibilitar mais oportunidades de trabalho no futuro, também 89% das jovens são da mesma opinião. 15,3% dos jovens consideram que ter mais amizades na sua rede social possibilita-lhe mais oportunidades de conseguir emprego no futuro. Já nas jovens verificamos uma taxa de incidência neste parâmetro de 10,3%. Dos jovens inquiridos 3,6% e 0,7% das jovens não sabem ou não responderam a esta questão (v. gráfico 60).

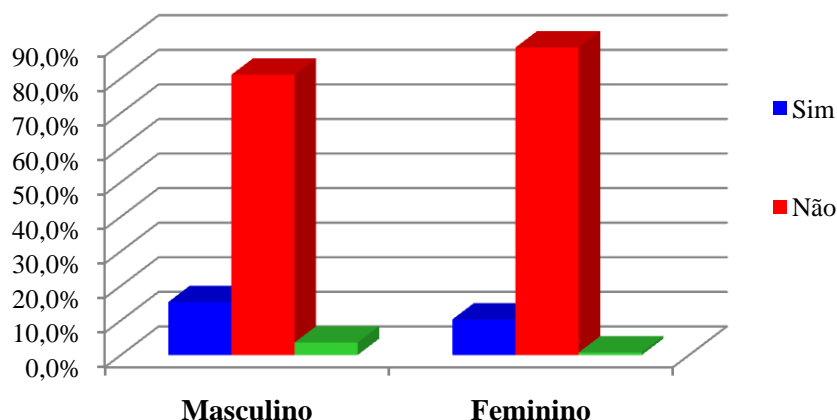


Gráfico 61. Opinião do impacto das redes sociais na vida profissional por género (n=247)

Após análise dos gráficos 60 e 61 apuramos que a grande maioria dos jovens considera que ter mais amizades na sua rede social não lhes vai possibilitar mais oportunidades de trabalho no futuro, verificamos também que são as jovens que mais têm essa opinião.

- **Comportamentos na procura de emprego**

Nesta dimensão pretendemos identificar e caracterizar comportamentos que os alunos possam ter quanto à abordagem na procura de emprego, como se apresentam e que meios utilizam para comunicar com os potenciais empregadores.

À questão “Quando fores à procura de trabalho, o que entregas ao potencial empregador para o convencer a contratar-te?”, a esmagadora maioria, 96,8% dos inquiridos consideram para além de outros meios entregar currículo, 48,6% dos inquiridos consideram entregar portefólio, 44,1% dos inquiridos consideram entregar carta de recomendações, 38,9% dos inquiridos consideram dar referências, 9,7% dos inquiridos consideram apresentar publicações e 0,8% dos inquiridos não sabem ou não responderam (v. gráfico 62).

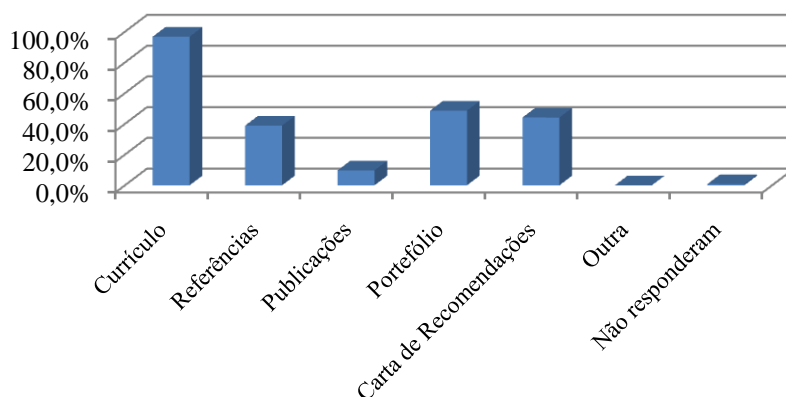


Gráfico 62. Formas de disponibilizar informação para conseguir emprego (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 93,7% dos jovens do sexo masculino consideram para além de outros meios entregar currículo, também 99,3% das jovens consideram o mesmo. Dos jovens inquiridos 46,8% consideram entregar portefólio, verificando-se uma taxa de ocorrência de 50% nas jovens. Já 41,4% dos jovens inquiridos consideram entregar carta de recomendações, sendo um meio também considerado por 46,3% das jovens. Dos jovens inquiridos 36,9% consideram dar referências, tendo 40,4% das jovens indicado o mesmo. Apresentar publicações é considerado por 12,6% dos jovens, também 7,4% das jovens consideram o mesmo. Dos jovens masculinos inquiridos 1,8% não sabe ou não respondeu a esta questão (v. gráfico 63).

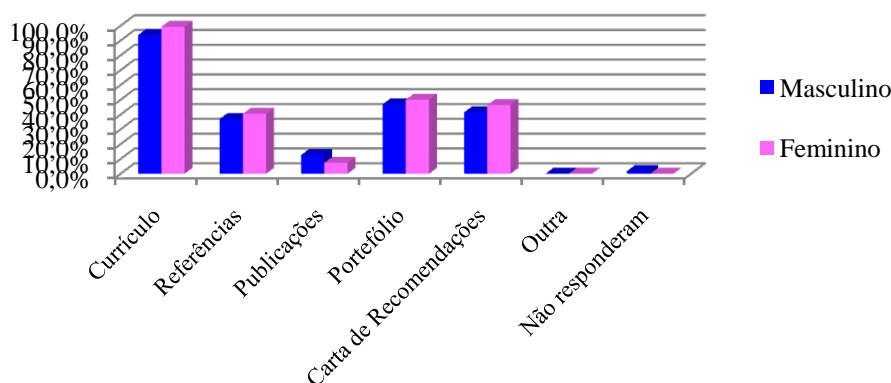
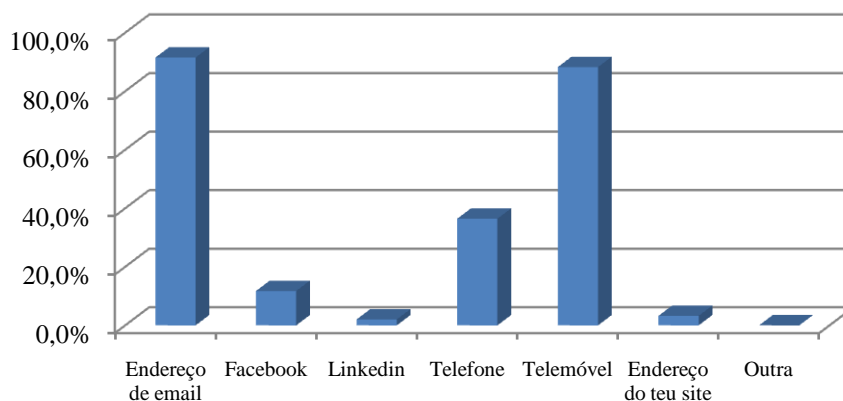


Gráfico 63. Formas de disponibilizar informação para conseguir emprego por género (n=247)

Analisando os gráficos 62 e 63, verificamos que quase 100%, considera apresentar currículo além de outros meios para convencer o potencial empregador a contratá-los.

À questão “Para te contratarem, deixas como teu contacto preferencial?”, a esmagadora maioria, 91,5% dos inquiridos responderam que deixariam o endereço de email para além de outros contactos, 88,3% dos inquiridos responderam que deixariam o número de telemóvel para além de outros contactos, 36,4% 88,3% dos inquiridos responderam que deixariam o número de telefone para além de outros contactos, 11,7% dos inquiridos responderam que deixariam o Facebook para além de outros contactos, 3,2% dos inquiridos responderam que deixariam o endereço do seu site para além de outros contactos e 2% dos inquiridos responderam que deixariam o LinkedIn para além de outros contactos (v. gráfico 64).



**Gráfico 64. Meios de contacto preferencial (n=247)**

Na análise por géneros, verificamos que 88,3% dos jovens e 94,1% das jovens responderam que deixariam o endereço de email para além de outros contactos. 82,9% dos jovens e 92,6% das jovens responderam que deixariam o número de telemóvel para além de outros contactos. 35,1% dos jovens e 37,5% das jovens responderam que deixariam o número de telefone para além de outros contactos, 10,8% dos jovens e 12,5% das jovens responderam

que deixariam o Facebook para além de outros contactos, 3,6% dos jovens e 2,9% das jovens responderam que deixariam o endereço do seu site para além de outros contactos e 2,7% dos jovens e 1,5% das jovens responderam que deixariam o LinkedIn para além de outros contactos (v. gráfico 65).

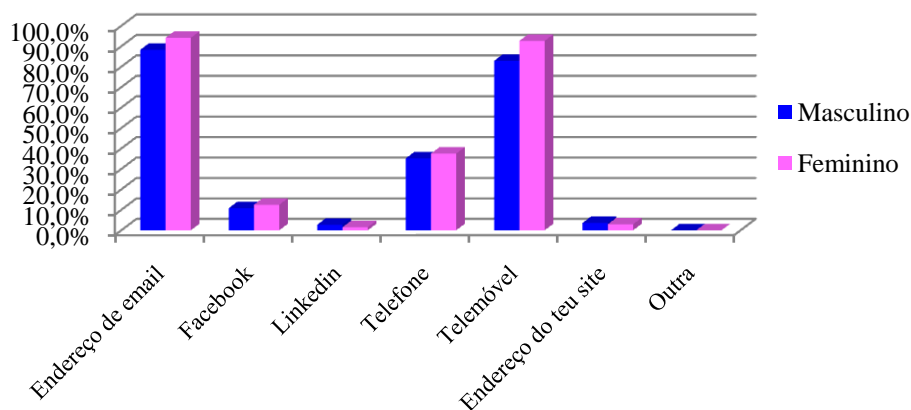


Gráfico 65. Meios de contacto preferencial por género (n=247)

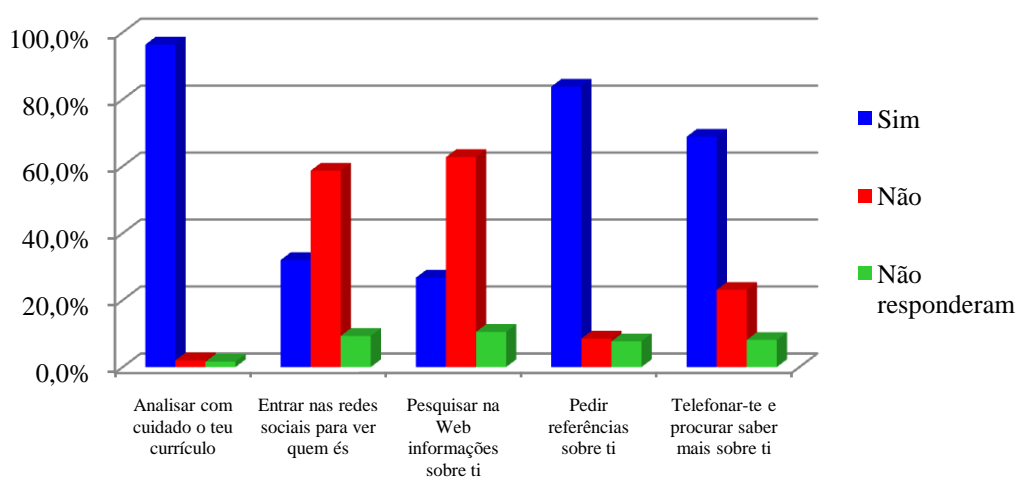
Após análise dos gráficos 64 e 65, apuramos que a esmagadora maioria dos jovens deixaria como contacto preferencial para os contactarem o endereço de email e o telemóvel para além de outros meios de contacto.

- **Perceção em relação ao comportamento das empresas pelos alunos**

Nesta dimensão pretendemos identificar e caracterizar comportamentos que os alunos consideram usuais nas empresas. Tentamos perceber se consideram que os potenciais empregadores vão analisar com atenção os seus currículos, se vão pesquisar as redes sociais para os conhecer melhor e se vão solicitar informações sobre eles entre outras ações.

À questão “O potencial empregador antes de te contratar vai”, analisar com cuidado o teu currículo, 96,4% dos jovens inquiridos consideram que sim, 2% consideram que não e 1,6% não sabe ou não respondeu a este item. 32% dos jovens inquiridos considera que o potencial empregador antes de o contratar vai entrar nas redes sociais para ver quem é, 58,7% considera que não e 9,3% não sabe ou não respondeu a este item. 26,7% dos inquiridos

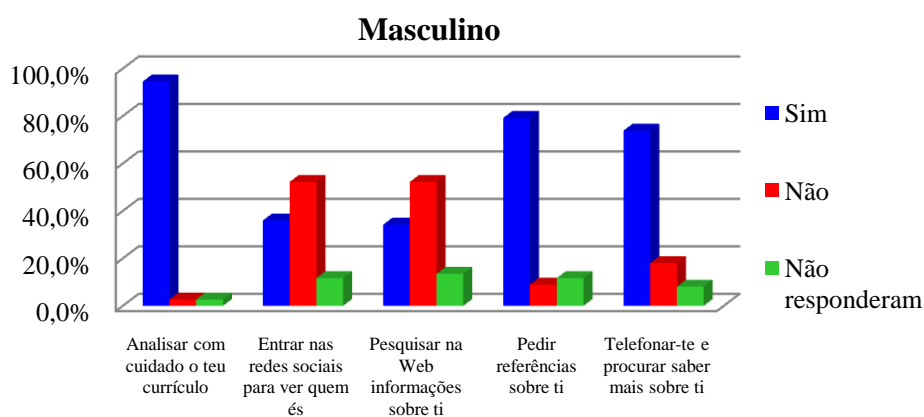
considera que o potencial empregador vai pesquisar informações sobre si na Web, 62,8% considera que não e 10,5% não sabe ou não respondeu a este item. 83,8% dos inquiridos considera que o potencial empregador vai solicitar referências sobre si, 8,5% considera que não e 7,7% não sabe ou não responde a este item. 68,8% dos inquiridos considera que o potencial empregador vai telefonar-lhe e procurar conhecê-lo melhor, 23,1% considera que não e 8,1% não sabe ou não respondeu a este item. (v. gráfico 66).



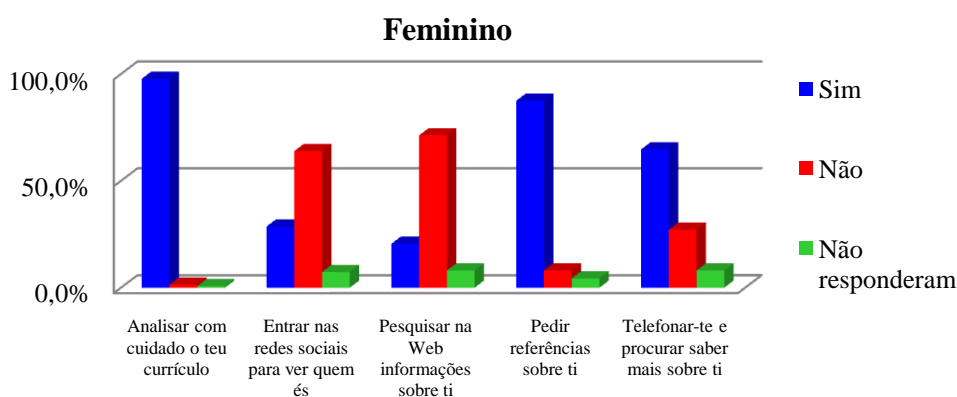
**Gráfico 66. As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores (n=247)**

Na análise por géneros, verificamos que 94,6% dos jovens do sexo masculino consideram que o potencial empregador vai analisar com cuidado o seu currículo, de igual modo pensam 97,8% das jovens, sendo que 2,7% dos jovens e 1,5% das jovens consideram que não e 2,7% dos jovens e 0,7% das jovens não sabe ou respondeu a este item. 36% dos jovens considera que o potencial empregador antes de o contratar vai entrar nas redes sociais para ver quem é, da mesma forma responderam 28,7% das jovens, sendo que 52,3% dos jovens e 64% das jovens consideram que não e 11,7% dos jovens e 7,4% das jovens não sabe ou não respondeu a este item. 34,2% dos jovens considera que o potencial empregador vai pesquisar informações sobre si na Web, de igual modo pensam 20,6% das jovens, sendo que 52,3% dos jovens e 71,3% das jovens considera que não e 13,5% dos jovens e 8,1% das

jovens não sabe ou não respondeu a este item. 79,3% dos jovens considera que o potencial empregador vai solicitar referências sobre si, da mesma forma responderam 87,5% das jovens, sendo que 9% dos jovens e 8,1% das jovens considera que não e 11,7% dos jovens e 4,4% das jovens não sabe ou não respondeu a este item. 73,9% dos jovens considera que o potencial empregador vai telefonar-lhe e procurar conhecê-lo melhor, de igual modo pensam 64,7% das jovens, sendo que 18% dos jovens e 27,2% das jovens considera que não e 8,1% dos jovens e também em igual percentagem das jovens não sabe ou não respondeu a este item. (v. gráficos 67 e 68).



**Gráfico 67.** As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores no género masculino (n=247)



**Gráfico 68.** As ações que os alunos consideram por parte dos empregadores no género feminino (n=247)

Analisando os gráficos 66, 67 e 68, verificamos que os jovens inquiridos na sua esmagadora maioria considera que o potencial empregador antes de o contratar vai analisar

com cuidado o seu currículo e pedir referências sobre si, apurámos também que são mais as jovens a pensar dessa forma.

À questão “Achas que a informação que publicas nas redes sociais poderá influenciar a decisão do potencial empregador?”, 53% dos inquiridos considera que sim, 46,2% considera que não e 0,8% não sabe ou não responde a esta questão (v. gráfico 69).

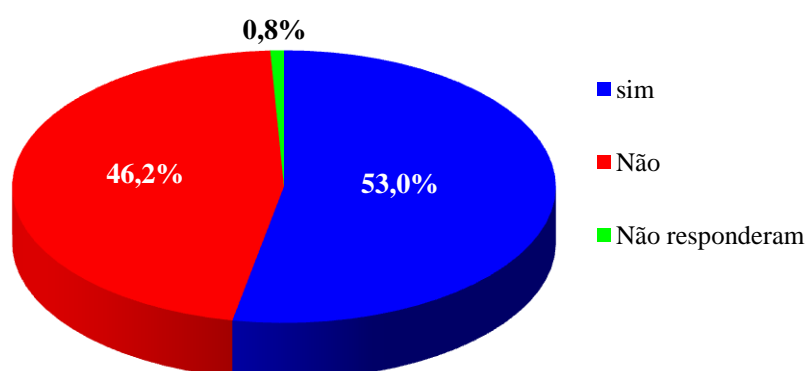


Gráfico 69. Influência da pegada digital no potencial empregador (n=247)

Na análise, por géneros, verificamos que 50,5% dos jovens do sexo masculino consideram que a informação que publicam nas redes sociais pode influenciar a decisão do potencial empregador sendo que 55,1% das jovens são da mesma opinião. 47,7% dos jovens e 44,9% das jovens consideram que a informação que publicam nas redes sociais não influenciam a decisão do potencial empregador. 1,8% dos jovens do sexo masculino não sabe ou não respondeu a esta questão (v. gráfico 70).

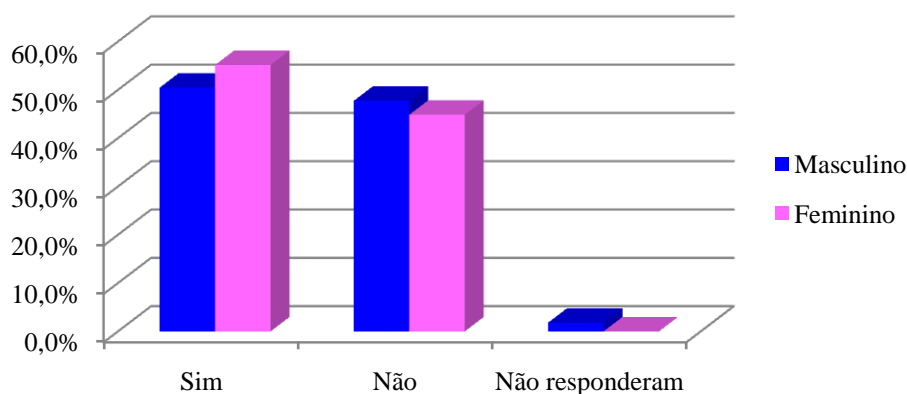


Gráfico 70. Influência da pegada digital no potencial empregador por género (n=247)

Após análise dos gráficos 69 e 70, apurámos que os jovens inquiridos se encontram divididos quanto ao considerarem que as informações que publicam nas redes sociais podem ou não influenciar a decisão do potencial empregador. Verificamos, também, que a taxa de incidência é superior nas jovens ao considerarem que sim e superior nos jovens ao considerarem que não.

À questão “Se fosses tu o empregador, procurarias saber mais sobre quem irias contratar nas redes sociais?”, 51,8% dos inquiridos respondeu sim, 47% dos inquiridos respondeu que não e 1,2% dos inquiridos não sabe ou não respondeu a esta questão (v. gráfico 71).

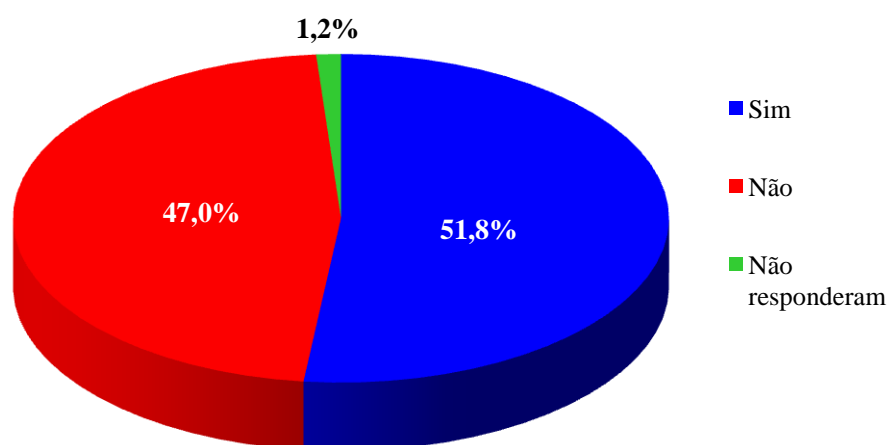


Gráfico 71. O que fariam os alunos no papel de empregador (n=247)

Na análise por géneros, verificamos que 51,4% dos jovens e 52,2% das jovens responderam afirmativamente a esta questão. 45,9% dos jovens e 47,8% das jovens responderam negativamente a esta questão. 2,7% dos jovens do sexo masculino não sabe ou não respondeu a esta questão (v. gráfico 70).

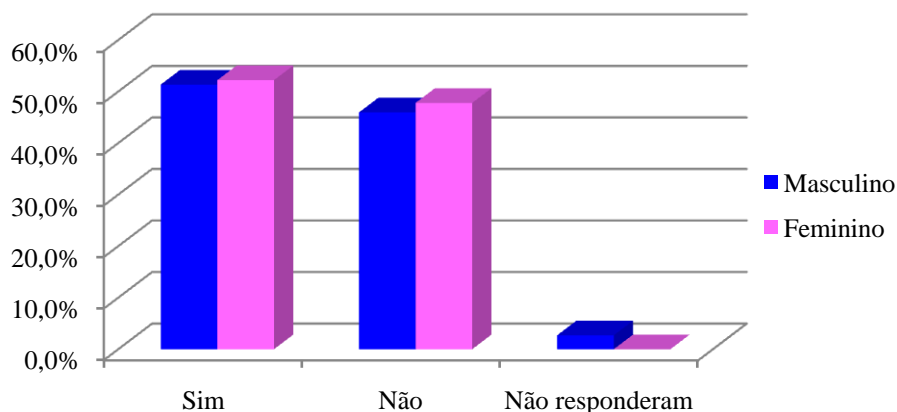
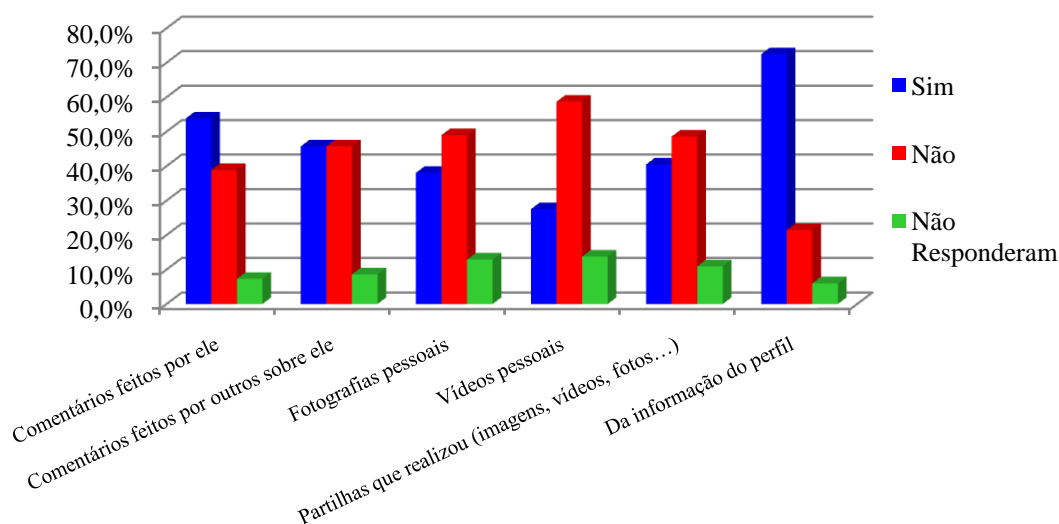


Gráfico 72. O que fariam os alunos no papel de empregador por género (n=247)

Analisando os gráficos 71 e 72 verificamos que os jovens inquiridos se encontram praticamente divididos entre os que responderam que procurariam saber mais nas redes sociais sobre quem iriam contratar se fossem empregadores.

À questão “Se fosses tu o empregador, para conhecer melhor o candidato ao emprego tentarias saber mais através?”, Dos jovens inquiridos 72,5% para além de outros aspetos tentariam saber mais informação através do perfil, 21,5% responderam que não tentariam saber mais informação através do perfil e 6% não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 53,8% responderam que tentariam saber mais através de comentários feitos por ele, 38,9% responderam que não tentariam saber mais através de comentários feitos por ele e 7,3% não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 45,7% tentariam saber mais através de comentários feitos por outros sobre ele, em igual percentagem responderam que não o fariam e 8,6% não sabe ou não responderam a este item. Já 40,5% dos jovens inquiridos responderam que tentariam saber mais através de partilhas que realizou

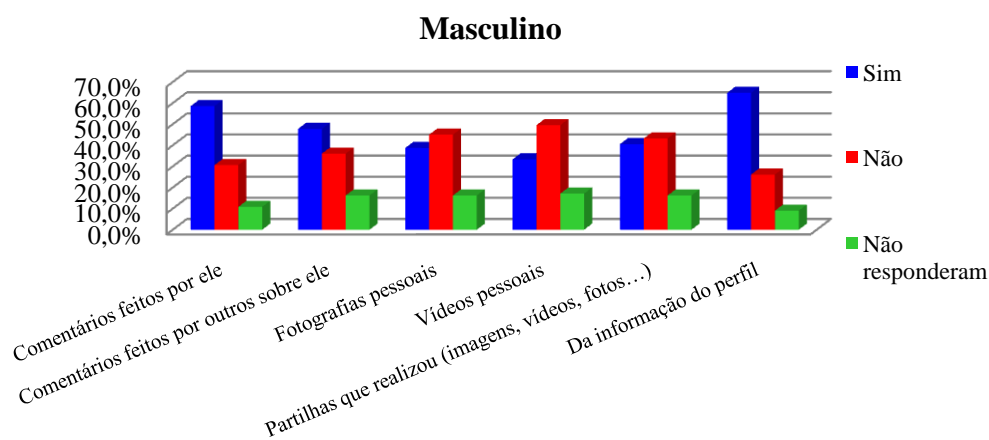
(imagens, vídeos, fotos...), ao passo que 48,6% respondeu que não tentaria e 10,9% não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 38,1% responderam que tentariam saber mais através de fotografias pessoais, 49% responderam que não tentariam e 12,9% não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 27,5% responderam que tentariam saber mais através de vídeos pessoais, 58,7% responderam que não tentariam e 13,8% não sabe ou não responderam a este item. (v. gráfico 73).



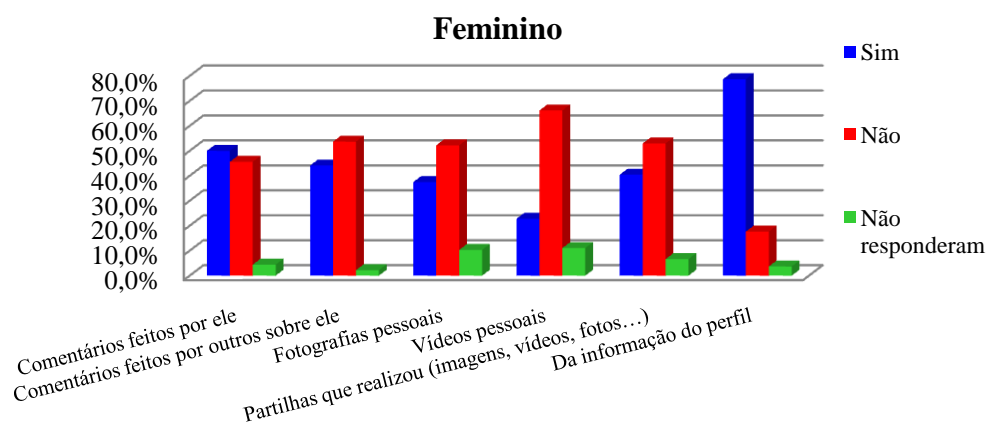
**Gráfico 73. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador (n=247)**

Na análise por géneros verificamos que 64,9% dos jovens do sexo masculino para além de outros aspetos tentariam saber mais através da informação do perfil, de igual modo responderam 78,7% das jovens, 26,1% dos jovens e 17,6% das jovens não procederiam deste modo e 9% dos jovens e 3,7% das jovens não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 58,6% tentariam saber mais através comentários feitos por ele, de igual modo responderam 50% das jovens, 30,6% dos jovens e 45,6% das jovens não procederiam deste modo e 10,8% dos jovens e 4,4% das jovens não sabe ou não responderam a este item. Já 47,7% dos jovens tentariam saber mais através comentários feitos por outros sobre ele, de igual modo responderam 44,1% das jovens, 36% dos jovens e 53,7% das jovens não procederiam deste modo e 16,2% dos jovens e 2,2% das jovens não sabe ou não responderam

a este item. Dos jovens inquiridos 40,5% responderam que tentariam saber mais através de partilhas que realizou (imagens, vídeos, fotos...), de igual modo responderam 40,4% das jovens, 43,2% dos jovens e 52,9% das jovens não procederiam deste modo e 16,2% dos jovens e 6,6% das jovens não sabe ou não responderam a este item. Através de fotografias pessoais responderam 38,7% dos jovens e 37,5% das jovens, tendo respondido não procederiam deste modo 45% dos jovens e 52,2% das jovens e 16,2% dos jovens e 10,3% das jovens não sabe ou não responderam a este item. Dos jovens inquiridos 33,3% responderam que tentariam saber mais através vídeos pessoais, de igual modo responderam 22,8% das jovens, que não procederiam deste modo responderam 49,5% dos jovens e 66,2% das jovens e não sabe ou não responderam a este item 17,1% dos jovens e 11% das jovens (v. gráficos 74 e 75).



**Gráfico 74. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador por género masculino (n=247)**



**Gráfico 75. O que fariam os alunos para conhecer o candidato no papel de empregador por género feminino (n=247)**

Após análise dos gráficos 73, 74 e 75, apurámos que os jovens inquiridos se fossem empregadores, para conhecer melhor o candidato ao emprego tentariam saber mais, a sua grande maioria através da informação do perfil, também com uma percentagem muito expressiva, acima dos 50%, os jovens inquiridos analisariam comentários realizados pelo candidato.

## 5.2 Apresentação e discussão dos resultados das empresas

No que concerne às empresas, tal como mencionado no capítulo anterior o questionário foi realizado segundo 9 dimensões (v. 4.6 Elaboração e Validação do Questionário), caracterizando as mesmas quanto ao ramo de atividade, acesso à Internet e tecnologias utilizadas, neste caso o computador, tablet, iPad, Smartphone e iPhone, abordadas na primeira, segunda e quinta dimensão, porém as questões 3 e 4 da segunda dimensão e as questões 11 e 13 da quinta dimensão não foram consideradas na caracterização por pretendermos sintetizar essa informação, focando a caracterização nos itens acima referidos, sendo estas questões abordadas neste capítulo.

- **Internet/Redes Sociais**

Nesta dimensão, pretendemos identificar e caracterizar como as empresas utilizam a Internet e as redes sociais na sua atividade. Se recorrem à Internet para recrutar colaboradores e se publicitam as ofertas de empresas pelo mesmo meio.

À questão “Quando a empresa necessita de um funcionário recorre à Internet para recrutar?”, 77,8% das empresas que responderam que não, 16,7% das empresas responderam que sim e 5,6% das empresas responderam que às vezes (v. gráfico 76).

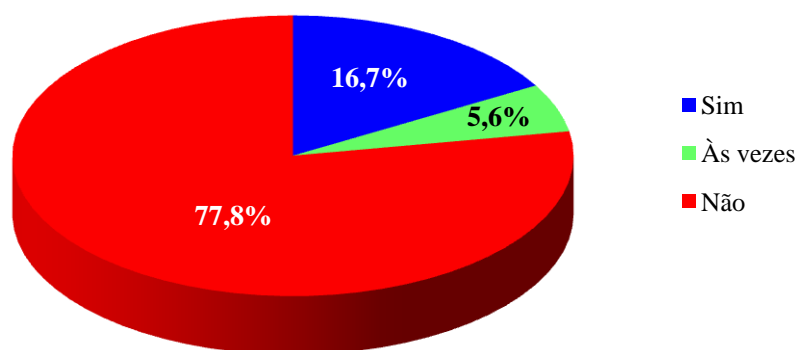


Gráfico 76. Empresas que recorrem à internet para contratar (N=18)

Analisando o gráfico 76, verificamos que a esmagadora maioria das empresas que respondeu ao questionário não recorre à Internet para recrutar colaboradores/funcionários.

À questão “A empresa pública ofertas de trabalho em sítios da internet?”, 88,9% das empresas que responderam que não e 11,1% das empresas responderam que sim (v. gráfico 77).

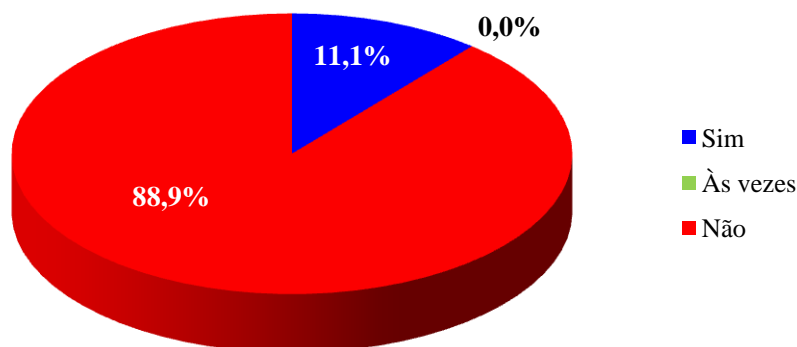


Gráfico 77. Empresas que publicitam ofertas de emprego na internet (N=18)

Após analisar o gráfico 77, apurámos que a esmagadora maioria das empresas não pública ofertas de emprego na Internet.

- **Internet/Gestão e recursos humanos**

Nesta dimensão, procuramos caracterizar como as empresas gerem os seus recursos humanos e que papel tem a internet nesse processo. Se têm um departamento de gestão dos recursos humanos, se procuram informações sobre os candidatos nas redes sociais e se comparam a informação encontrada com o currículo apresentado pelo candidato.

À questão “Existe na empresa um departamento responsável pela gestão dos recursos humanos?”, 55,6% das empresas responderam que sim e 44,4% das empresas responderam que não (v. gráfico 78).

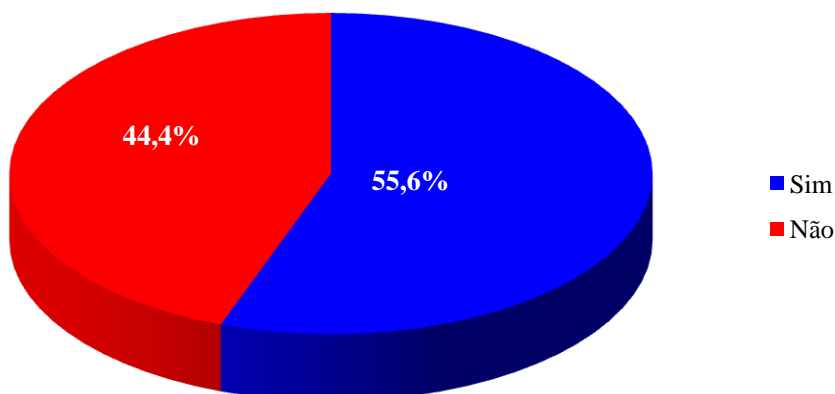
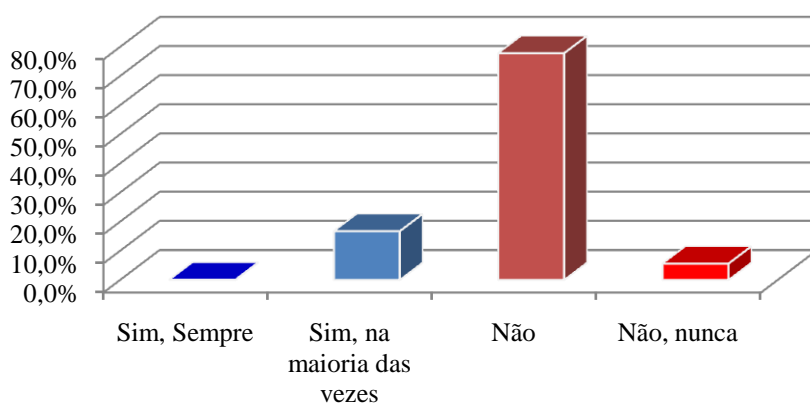


Gráfico 78. Empresas com departamento de recursos humanos (N=18)

Analisando o gráfico 78, verificamos que maioria das empresas que respondeu ao questionário tem um departamento responsável pela gestão dos recursos humanos.

À questão “Quando pensam em recrutar um funcionário, procura informação sobre o candidato nas redes sociais?”, 77,8% das empresas que responderam que não, 5,6% das empresas responderam que nunca e 16,7% das empresas responderam que sim, na maioria das vezes (v. gráfico 79).



**Gráfico 79. Empresas que procuram informação sobre os candidatos nas redes sociais (N=18)**

Após a análise do gráfico79, apurámos que a esmagadora maioria das empresas não procura informação nas redes sociais sobre os candidatos que pensam recrutar.

À questão “Comparam informações do currículo do candidato com o que encontram publicado online sobre ele?”, 77,8% das empresas que responderam que não, 5,6% das empresas responderam que às vezes e 16,7% das empresas responderam que sim (v. gráfico 80).

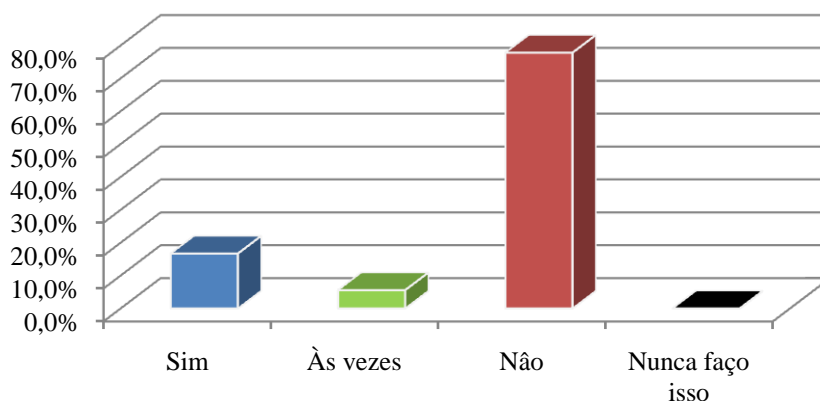


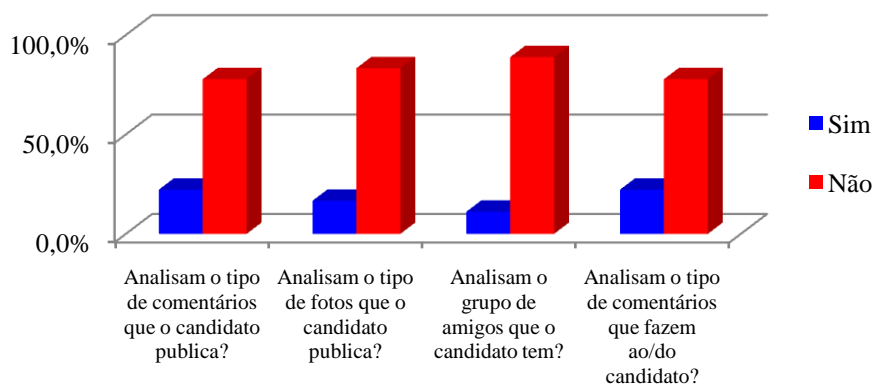
Gráfico 80. Empresas que comparam o currículo do candidato com a sua pegada digital (N=18)

Analisando o gráfico 80, verificamos que a esmagadora maioria das empresas não compara as informações do currículo do candidato com o que encontram publicado online sobre ele.

- **Comportamento nas redes sociais**

Nesta dimensão, tentamos identificar e caracterizar comportamentos das empresas quanto à pegada digital dos seus colaboradores ou futuros colaboradores, no sentido de saber se analisam publicações realizadas por candidatos, se as mesmas influenciam uma possível contratação ou não.

À questão “Sobre as publicações feitas por um potencial candidato”, 77,8% das empresas responderam que não analisam o tipo de comentários que o candidato publica e 22,2% das empresas responderam afirmativamente. 83,3% das empresas responderam que não analisam o tipo de fotos que o candidato publica, 16,7% empresas responderam que sim. 88,9% das empresas responderam que não analisam o grupo de amigos que o candidato tem e 11,1% das empresas que responderam afirmativamente. 77,8% das empresas responderam que não analisam o tipo de comentários que fazem ao/do candidato, 22,2% das empresas responderam que sim (v. gráfico 81).



**Gráfico 81. Empresas que comparam o currículo do candidato com a sua pegada digital (N=18)**

Após análise do gráfico 81, apurámos que a esmagadora maioria das empresas que responderam ao questionário, não analisa os comentários, fotos, grupos de amigos e comentários que fazem ao/do candidato.

À questão “que tipo de publicações/comentários que visse no perfil dos candidatos a emprego o que faria não o contratar (ainda que o seu currículo mostrasse que fosse a pessoa indicada)?”, 33,3% das empresas que responderam que não valorizam as informações das redes sociais, 16,7% das empresas responderam que não contratariam candidatos que tivessem comentários/fotos inapropriados, 11,1% das empresas responderam que não contratariam candidatos que tenham informações sobre consumo de substâncias proibidas e/ou álcool em excesso, 11,1% das empresas responderam que não contratariam candidatos que tivessem publicações/comentários com conteúdos racista, xenófobos e moralmente reprováveis, 11,1% das empresas responderam que não contratariam candidatos que tivessem comentários injuriosos sobre a firma, 5,6% das empresas responderam que não contratariam candidatos conforme a natureza dos comentários e 11,1% das empresas não responderam a esta questão como seria espectável (v. gráfico 82).

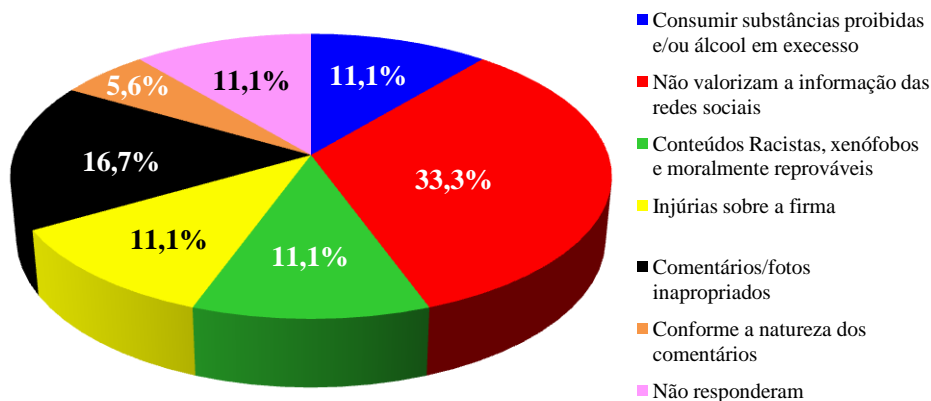


Gráfico 82. A influência da pegada digital na contratação (N=18)

Analisando o gráfico 82, verificamos que uma parte considerável das empresas que responderam ao questionário não valoriza a informação nas redes sociais, no entanto, a grande maioria não contrataria eventuais funcionários por publicações/comentários que indicassem atos moralmente reprováveis.

À questão “O que valoriza se visse publicado nas redes sociais sobre determinado candidato?”, 22,2% das empresas que responderam que valorizam a capacidade empreendedora, dinâmico, 11,1% das empresas valorizam experiência profissional, 11,1% das empresas valorizam formação pessoal/cultura geral, 11,1% das empresas valorizam atitudes altruístas, 33,4% das empresas responderam que não valorizam a informação das redes sociais e 11,1% das empresas não sabe ou não responde (v. gráfico 83).

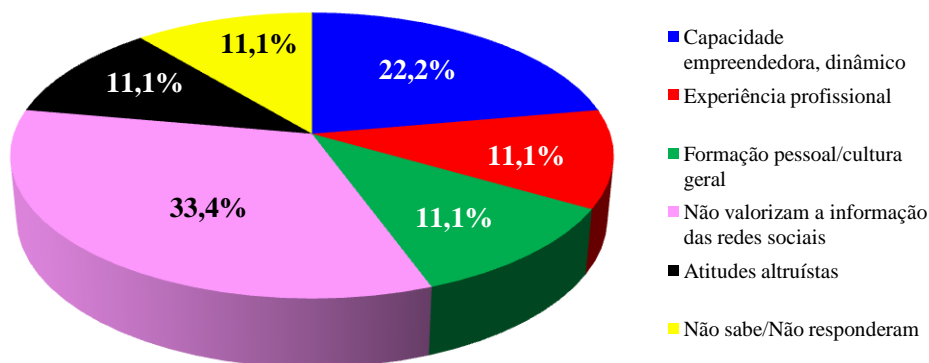


Gráfico 83. O que as empresas valorizam nas redes sociais sobre os candidatos (N=18)

Após análise do gráfico 83, apurámos que uma parte considerável das empresas que responderam ao questionário não valoriza a informação nas redes sociais, no entanto, mais de metade das empresas responderam que valorizam alguns aspetos, sendo a capacidade empreendedora e dinamismo os mais valorizados.

- **Tecnologias/Redes Sociais**

Nesta dimensão pretendemos identificar e caracterizar as empresas quanto ao uso de tecnologias e da Internet.

À questão “Como as empresas, utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho?”, 55,6% das empresas que responderam que não e 44,4% das empresas responderam que sim (v. gráfico 84).

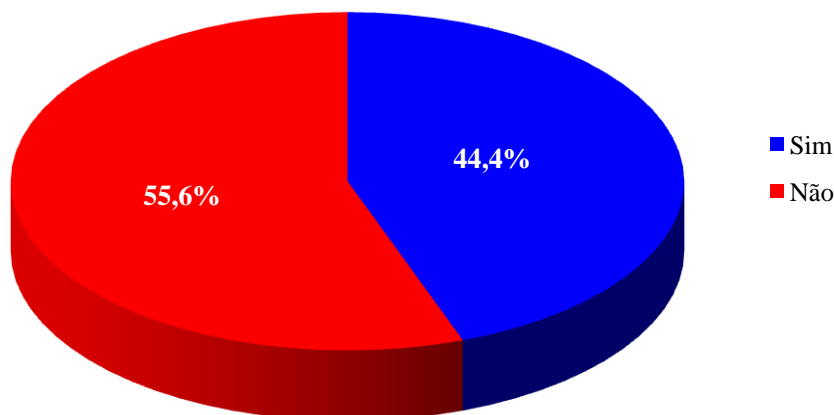
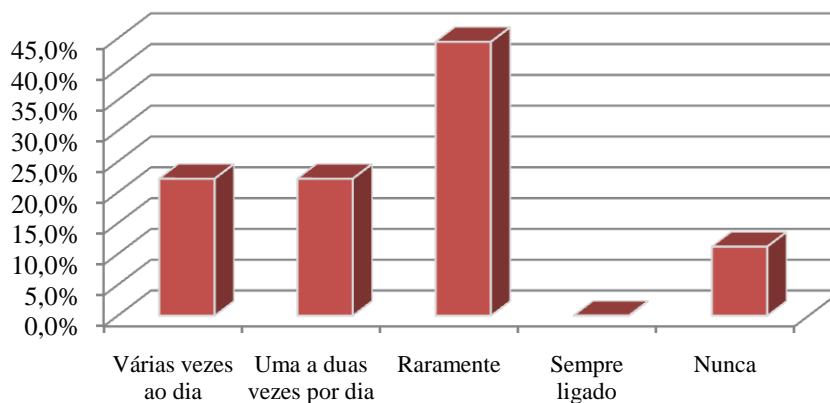


Gráfico 84. Empresas que utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho (N=18)

Após análise do gráfico 84, apurámos que uma maioria relativa das empresas que responderam ao questionário não utiliza as redes sociais como ferramenta de trabalho.

À questão “Com que frequência acedem às redes sociais na internet?”, 44,4% das empresas responderam que raramente acedem às redes sociais, 22,2% das empresas responderam que acedem às redes sociais várias vezes ao dia, com a mesma percentagem

responderam as empresas que acedem às redes sociais uma a duas vezes por dia, 11,2% das empresas responderam que nunca acedem às redes sociais (v. gráfico 85).



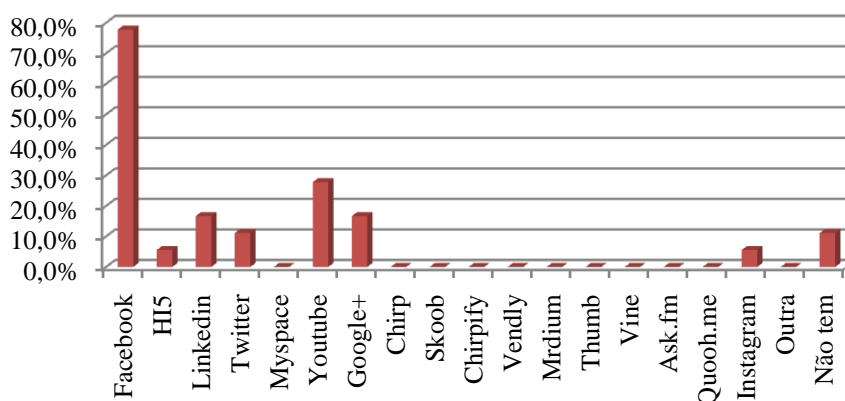
**Gráfico 85. Frequência de acessos das empresas às redes sociais (N=18)**

Analisando o gráfico 85, verificamos que a maioria das empresas raramente acede às redes sociais na internet. Apurámos, também, que o conjunto das empresas que acedem às redes sociais várias vezes ao dia e uma a duas vezes por dia é equivalente aos que acedem raramente.

- **Correlação das empresas com as redes sociais**

Nesta dimensão pretendemos identificar a utilização de sites de redes sociais por parte das empresas e caracterizar as que mais utilizam.

À questão “Qual(is) a(s) rede(s) social(is) que mais utilizam?”, 77,8% das empresas que responderam ser o Facebook, 27,8% das empresas que responderam ser o Youtube, 16,7% das empresas que responderam ser o LinkedIn, 16,7% das empresas que responderam ser o Google+, 11,1% das empresas que responderam ser o Twitter, 5,6% das empresas que responderam ser o HI5 e 11,1% das empresas responderam não utilizar redes sociais (v. gráfico 86).



**Gráfico 86. Redes sociais mais utilizadas pelas empresas (N=18)**

Após análise do gráfico 86 apuramos que a esmagadora maioria das empresas que responderam ao questionário utilizam preferencialmente a rede social Facebook.

À questão “Qual(is) a(s) rede(s) social(is) em que têm conta criada?”, 77,8% das empresas que responderam ter conta criada no Facebook para além de outras redes sociais, 33,3% das empresas que responderam ter conta criada no Youtube para além de outras redes sociais, 33,3% das empresas que responderam ter conta criada no Google+ para além de outras redes sociais, 22,2% das empresas que responderam ter conta criada no LinkedIn para além de outras redes sociais, 16,7% das empresas que responderam ter conta criada no HI5 para além de outras redes sociais, 11,1% das empresas que responderam ter conta criada no Twitter para além de outras redes, 5,6% das empresas que responderam ter conta criada no Instagram para além de outras redes sociais e 11,1% das empresas que responderam não ter conta criada em nenhuma rede social (v. gráfico 87).

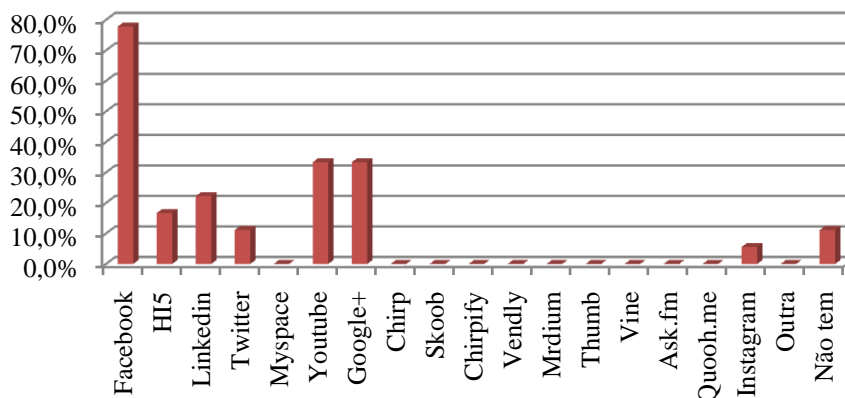


Gráfico 87. Redes sociais onde as empresas têm contas criadas (N=18)

Analisando o gráfico 85 verificamos que a esmagadora maioria das empresas que responderam ao questionário têm conta criada na rede social Facebook.

- **Comportamentos nas redes sociais**

Nesta dimensão foi nossa intenção identificar comportamentos das empresas relativamente à informação publicada nas redes sociais pelos seus colaboradores bem como saber se o que é publicado influencia na decisão de contratação, se analisariam os comentários por eles publicados, se valorizam os candidatos que participam nas redes sociais e se utilizariam comentários publicados nas redes sociais para despedir um funcionário.

À questão “O que é publicado nas redes sociais influencia na decisão para a contratação?”, 77,8% das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não e 22,2% das empresas afirmaram que sim (v. gráfico 88).

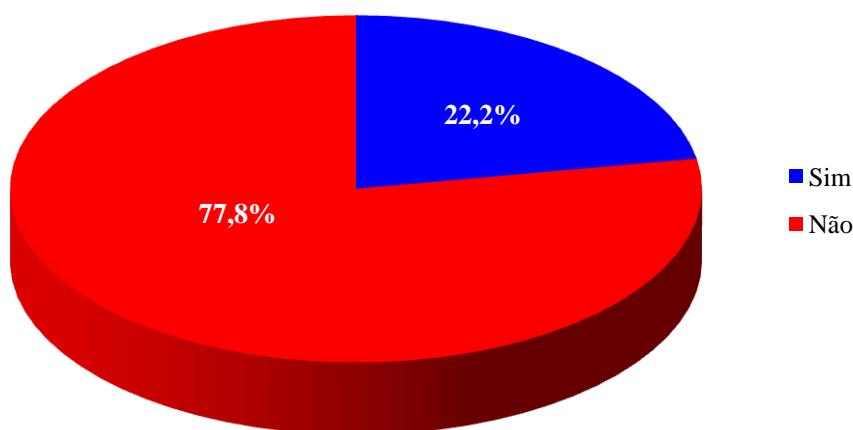


Gráfico 88. Influência que as publicações nas redes sociais têm sobre as contratações (N=18)

Após a análise do gráfico 88, concluímos que a esmagadora maioria não considera que as publicações nas redes sociais influenciam na contratação.

À questão “Já rejeitou um potencial candidato por ter visto informação sobre ele nas redes sociais que o desagradou?”, 100% das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não (v. gráfico 89).

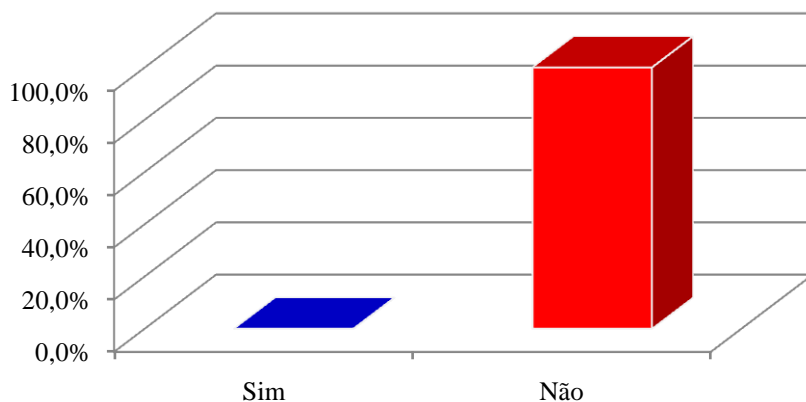
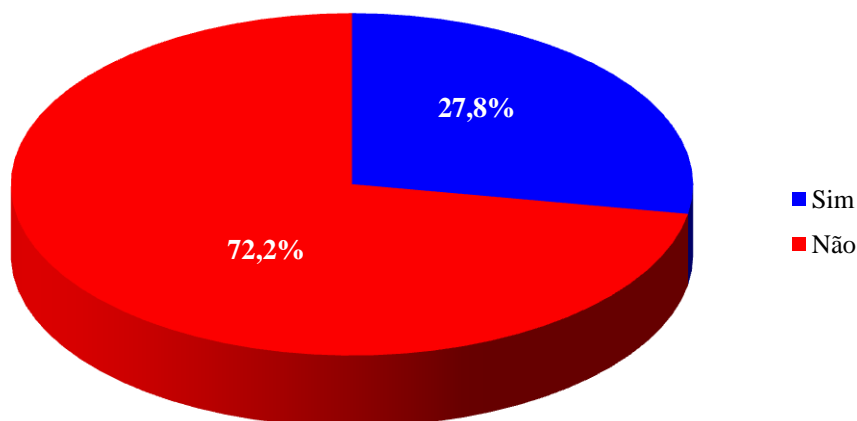


Gráfico 89. Empresas que rejeitaram candidatos por informações nas redes sociais sobre eles (N=18)

Analisando o gráfico 89, verificamos que a totalidade das empresas que responderam ao questionário afirmaram que nunca rejeitaram um potencial candidato por terem visto informações sobre ele nas redes sociais que desagradaram.

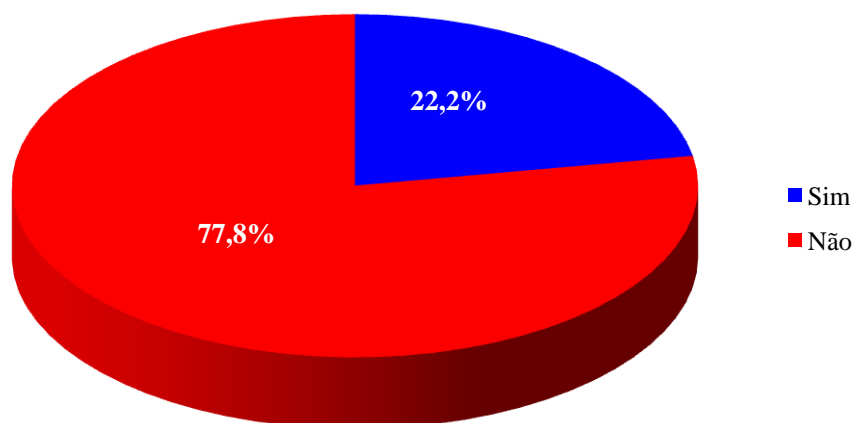
À questão “Comentariam com um candidato/empregado os comentários por ele publicados?”, 72,2% das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não e 27,8% das empresas afirmaram que sim (v. gráfico 90).



**Gráfico 90. Empresas que comentariam com os candidatos/empregados publicações dos próprios (N=18)**

Após a análise do gráfico 90, apurámos que a esmagadora maioria das empresas não comentaria publicações colocadas nas redes sociais por candidato/empregados com os próprios.

À questão “Valorizam o candidato que participa nas redes sociais?”, 77,8% das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não e 22,2% das empresas afirmaram que sim (v. gráfico 91).



**Gráfico 91. Empresas que valorizam a participação dos candidatos nas redes sociais (N=18)**

Analisando o gráfico 91, verificamos que a esmagadora maioria das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não valorizam que os candidatos participem nas redes sociais.

À questão “Consideram que os candidatos sabem que as empresas fazem algum tipo de pesquisa sobre os funcionários nas redes sociais?”, 44,4% das empresas que responderam ao questionário consideram que não, 27,8% das empresas considera que a maioria das empresas não o faz e 27,8% das empresas consideram que sim (v. gráfico 92).

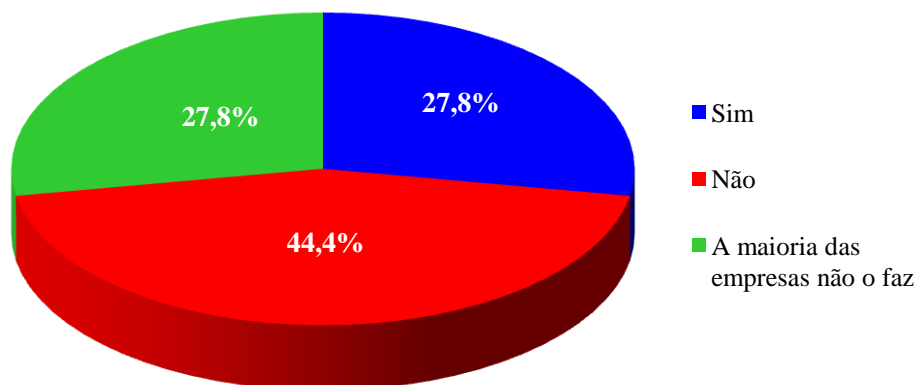


Gráfico 92. Empresas que consideram que os candidatos sabem que são pesquisados nas redes sociais (N=18)

Após a análise do gráfico 92, apurámos que a maioria das empresas considera que os candidatos não sabem que as empresas fazem algum tipo de pesquisa sobre os funcionários nas redes sociais.

À questão “Utilizaria os comentários publicados nas redes para despedir um funcionário?”, 72,2% das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não, 27,8% das empresas afirmaram que sim (v. gráfico 93).

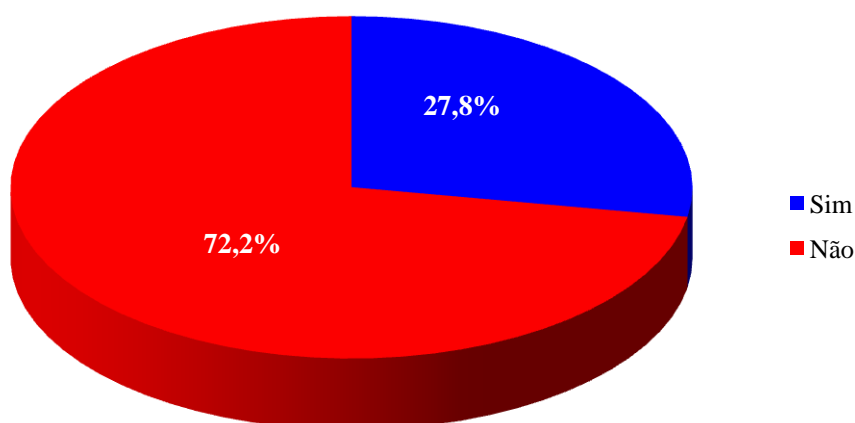


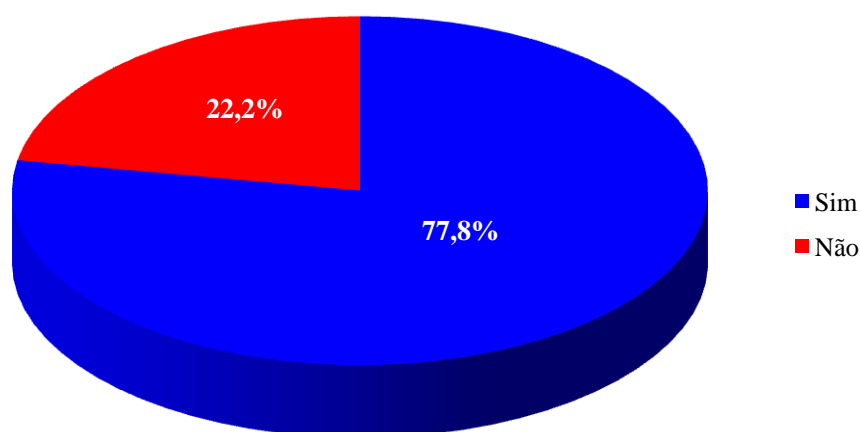
Gráfico 93. Empresas que utilizariam comentários publicados nas redes sociais para despedir funcionários (N=18)

Analisando o gráfico 93, verificamos que a grande maioria das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não utilizariam comentários publicados nas redes sociais para despedir um funcionário.

- **Procedimentos na gestão/recursos humanos**

Nesta dimensão pretendemos identificar e caracterizar comportamentos das empresas na gestão de recursos humanos, saber se as pessoas que responderam a este questionário pelas empresas têm poder de decisão na contratação de candidatos e que funções/cargos desempenham nas mesmas.

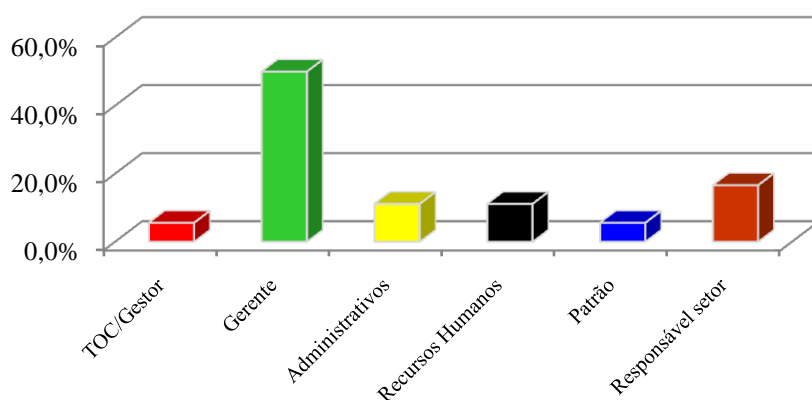
À questão “É chamado para decidir sobre a contratação de um candidato / tem poder de decisão?”, 77,8% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que têm poder de decisão na contratação de candidatos e 22,2% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que não têm poder de decisão na contratação de candidatos (v. gráfico 94).



**Gráfico 94. Poder de decisão na contratação por quem respondeu ao questionário pelas empresas (N=18)**

Após a análise do gráfico 94, apurámos que a esmagadora maioria das pessoas que responderam a este questionário têm poder de decisão na contratação de candidatos.

À questão “Cargo que ocupa na empresa?”, 50% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que ocupam o cargo de gerente, 16,6 % das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que ocupam o cargo de responsável de setor, 11,1% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que ocupam o cargo de administrativos, 11,1% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que ocupam o cargo de responsável de recursos humanos, 5,6% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que ocupam o cargo de TOC/Gestor e 5,6% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas afirmaram que serem patrões (v. gráfico 95)



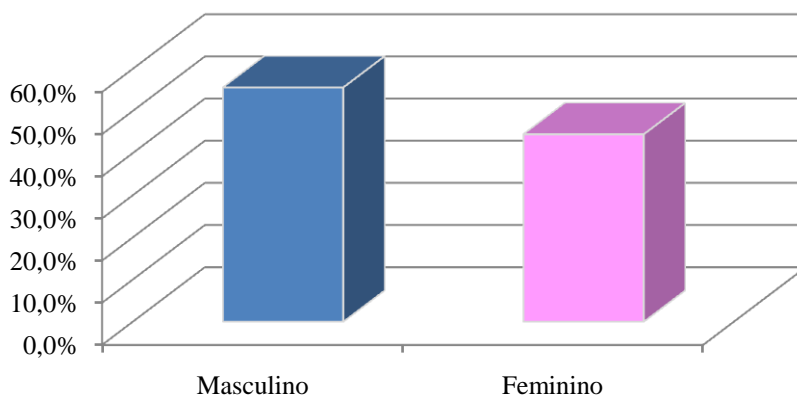
**Gráfico 95. Cargos que ocupam nas empresas as pessoas que responderam ao questionário (N=18)**

Analisando o gráfico 95, verificamos que a grande maioria das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas ocupam cargos de gestão.

- **Identificação**

Nesta dimensão pretendemos assinalar os cooperantes quanto ao género e à faixa etária.

Quanto Género, 55,6% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas são do género masculino e 44,4 % das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas são do género feminino (v. gráfico 96).



**Gráfico 96. Género das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas (N=18)**

Após a análise do gráfico 96, apurámos que percentagem de pessoas que responderam ao questionário pelas empresas é ligeiramente superior no sexo masculino.

Quanto à Idade, 5,6% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm mais de 18 anos, 50% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm mais de 30 anos, 33,3% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm mais de 40 anos e 11,1% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm mais de 50 anos (v. gráfico 97).

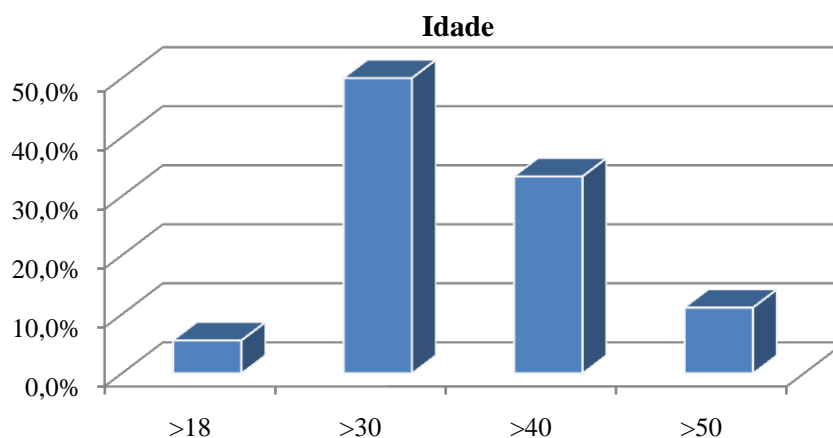


Gráfico 97. Idade das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas (N=18)

Analisando o gráfico 97, verificamos que a esmagadora maioria das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm entre 30 e 50 anos.

### 5.3 Síntese dos resultados

Após observação dos resultados expostos no ponto anterior, apurámos que a esmagadora maioria dos alunos inquiridos utiliza vários sites de redes sociais, há mais de 3 anos e com principal destaque para o Facebook. Acedem essencialmente em casa através do computador, mas também o fazem noutros locais, como no café, escola ou em casa de amigos, utilizando equipamentos como Tablet, Ipad e Smartphone, iPhone. Acedem várias

vezes ao dia e a maior parte está entre meia hora a uma hora em média online. Conversam principalmente com amigos, partilham fotos, vídeos e músicas, assim como se divertem através de jogos disponíveis nas redes sociais. A esmagadora maioria, acima dos 90%, tem amizades nas redes sociais onde têm conta criada com colegas da turma e da escola, também grande parte tem amizades com familiares, como primos, tios, e irmãos. É de registar, também que quase metade dos alunos inquiridos tem amizades ou ligações nas redes sociais com desconhecidos, sendo que uma vasta maioria não conhece pessoalmente todos os amigos das suas redes sociais. Porém uma percentagem de 52,6%, afirma que os pais têm conhecimento do que eles publicam nas redes sociais e parte destes declara que os pais têm amizades com eles nas redes sociais e vêem o que fazem. No entanto só uma pequena percentagem, 10,5%, é que confessa que já foi chamado à atenção pelos pais por um comentário, foto ou vídeo publicado. Tendo mais de 90% dos alunos inquiridos a consciência que não devem publicar todo o tipo de informação nas redes sociais e destes pouco mais de 65% considera que pode ser penalizado judicialmente. Também pouco mais de metade dos alunos inquiridos é que considera que a informação que é eliminada nas redes sociais pode continuar a circular online.

A esmagadora maioria dos alunos inquiridos, 87,2%, considera que o facto de ter muitas amizades nas redes sociais não lhes garante mais possibilidades de no futuro conseguirem emprego, também pouco mais de metade dos alunos é que considera que as publicações online os poderão favorecer na procura de trabalho, 53,5%, além disso, poucos acreditam, quase 20%, que os potenciais empregadores irão procurar informações sobre eles nas redes sociais e na internet em geral. Só 53% dos alunos inquiridos acredita que as publicações nas redes sociais poderão influenciar a decisão de um potencial empregador,

também só pouco mais de 51% dos alunos inquiridos afirma que se fosse ele o empregador, iria procurar informação sobre os candidatos nas redes sociais.

As empresas que cooperaram nesta investigação são dos ramos de atividade empresarial da indústria, do comércio e da prestação de serviços, sendo também por esta ordem o volume de empresas que participou no estudo. Destas, pouco mais de 55% declaram possuir um departamento de recurso humanos, no entanto, pouco mais de 10% afirmou que publica ofertas de emprego em sítios da internet e 16,7% manifestou que recorre à internet quando tem necessidade de recrutar um funcionário, apesar de 50% confirmar que utiliza as redes sociais para publicitar a sua atividade. Quanto à forma como as empresas procedem quando pensam em recrutar um funcionário, mais de dois terços das empresas que responderam ao questionário afirmaram que não procuram informação sobre eles nas redes sociais, destas pouco mais de 30% atestam que não valorizam o que é publicado pelos candidatos em geral, no entanto mais de 50% afirmam que se vissem publicado nas redes sociais informações sobre um candidato valorizariam aspetos como, capacidade empreendedora, dinamismo, experiência profissional, atitudes altruístas e formação pessoal/cultura geral, sendo que a totalidade das empresas também declarou que não rejeitaria um potencial candidato por detetar informação nas redes sociais sobre ele que desagradasse, tendo também a grande maioria, 70,6%, delas garantido que não utilizaria os comentários publicados por um funcionários para o despedir. Tal como nos alunos inquiridos, apuramos que a rede social Facebook é a mais utilizada pelas empresas e que a totalidade destas afirmou que o equipamento mais utilizado para aceder às redes sociais é o computador, sendo que a percentagem das empresas que raramente acedem às redes sociais é igual à soma das empresas que afirmaram aceder várias vezes ao dia e uma a duas vezes por dia, o que nos leva a pensar que estas utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho, pois a percentagem

de empresas que declararam utilizar as redes sociais como ferramenta de trabalho também é igual à soma das empresas que acedem várias vezes ao dia e uma a duas vezes por dia, no entanto a esmagadora maioria das empresas declararam que não valoriza que um candidato a funcionário participe nas rede sociais.

Por fim, observamos que quase 80% das pessoas que responderam ao questionário pelas empresas têm poder de decisão na contratação de funcionários, são pessoas na sua esmagadora maioria entre os 30 e os 50 anos com uma ligeira incidência no género masculino de 58,8%.

## **CONCLUSÃO**

Na Conclusão realizamos uma reflexão pessoal ao trabalho efetuado no decorrer da PES, enunciamos reflexões sobre a prática docente e pronunciamos as nossas expectativas relativamente ao nosso futuro profissional. Revelamos as respostas às questões de investigação, procurando esclarecer os pressupostos enunciados, aludimos as limitações do estudo e apresentamos algumas sugestões para futuras investigações.

## **Reflexão sobre a PES**

Ao longo do nosso percurso enquanto professores estagiários fomos colocando em prática todos os nossos conhecimentos adquiridos e tentando aperfeiçoar assim as estratégias de ensino que nos foram transmitidas, conforme nos propusemos no início da PES em cumprir os objetivos propostos, tentamos inovar de forma criativa os conteúdos abordados e orientar os nossos discentes na construção do seu próprio conhecimento numa forma sólida.

Ensinar TIC a alunos do 8ºano cuja idade se situa no início da adolescência e que segundo Hurlock (1994) se encontram numa fase evolutiva de rebeldia e distanciamento das normas adultas em que o adolescente tende a apoiar-se sobre o seu próprio juízo pessoal decidindo o que está bem e mal, ensinar a navegar na Internet e utilizar as redes sociais de forma segura não é tarefa propriamente fácil, pois os nossos alunos pensam que já sabem o necessário e que não precisam de adquirir novos conhecimentos. Para os mesmos a internet é vista como um meio de diversão, daí não darem importância a aspetos que consideram aborrecidos como os cuidados a ter com a sua pegada digital e os de segurança, sendo esse o nosso maior obstáculo no processo ensino-aprendizagem, estimular, cativar os alunos para a aprendizagem.

Foi uma tarefa espinhosa, conciliar atividade profissional com a PES, pois limitou a disponibilidade para planear e preparar as aulas, procurar estratégias inovadoras de forma a surpreender positivamente os alunos, tendo sempre presente a aposta na motivação, pois acreditamos que planeando e preparando as aulas com antecedência, prevendo estratégias alternativas como recurso, aumentamos a possibilidade de sermos bem sucedidos no desígnio de motivar e cativar os nossos alunos para a aprendizagem que consideramos relevantes.

Nunca nos limitamos só a identificar as diferentes ferramentas disponíveis online para partilha de dados e comunicação, mas também orientamos os alunos na sua utilização de

forma segura, tentamos conduzi-los para que descobrissem, por si, deixando-os explorar as ferramentas disponíveis online, estimulando-os a divulgar as descobertas realizadas pelos próprios e incentivando o debate entre eles para compartilhar os conhecimentos adquiridos, tentando desta forma consolidar as aprendizagens adquiridas e motivá-los na busca de novas aprendizagens.

Consideramos, assim, que contribuímos positivamente na preparação dos nossos alunos dotando-os de ferramentas para uma auto-aprendizagem necessária numa sociedade cada vez mais competitiva. Tendo em conta que os nossos alunos serão os adultos de amanhã e como tal com capacidade para alterar o futuro, nomeadamente, foi nossa intenção preparar homens e mulheres mais capazes de contribuir para/na sociedade.

Nesta era da tecnologia observamos que tanto os jovens como as empresas se tornam cada vez mais dependentes dela, a comunidade educativa e em particular a classe docente não pode deixar de estar atenta a esta realidade, por isso, devemos ter uma postura de procura constante de novas competências, quer sejam elas científicas, pedagógicas, metodológicas, sociais ou tecnológicas para preparar os nossos jovens alunos a enfrentar novos desafios. Por isso consideramos que o professor deve assumir um papel reflexivo e de investigador, na procura constante do seu auto-aperfeiçoamento. Deve ter sempre em consideração a heterogeneidade da turma para melhor compreender as carências dos alunos ao nível intelectual e sócio afetivo, podendo assim oferecer diferentes estratégias de ensino, indo de encontro às necessidades dos mesmos.

O processo ensino-aprendizagem prevê a criação e organização de experiências educacionais transversais e relevantes para os alunos. O êxito destas experiências é influenciado pela empatia que o professor e aluno estabelecem entre si e com o trabalho

curricular, mas também interação docente e articulação de competências específicas das várias áreas disciplinares.

A PES possibilitou-nos uma experiência única, ao proporcionar-nos um enriquecimento pessoal e humano no contacto desenvolvido com os alunos, através da partilha de vivências durante a mesma. Foi também a oportunidade de nos certificarmos que esta foi a opção correta na nossa formação académica. Mas acima de tudo foi tirocínio para o desempenho futuro da docência.

Aqui chegados, após esta experiência fica a noção firme de que o currículo não é um documento fechado, mas sim um documento orientador, onde os docentes encontram flexibilidade necessária para adaptarem os conteúdos e atividades de forma que se tornem adequados para os alunos, em função dos espaços, da população e dos recursos disponíveis, procurando assim obter êxito nas aprendizagens que consideram relevantes para os alunos. Compreendemos que a planificação é a conjugação entre uma estratégia global e a sua operacionalização, por isso consideramos fundamental planificar numa perspetiva reformadora do currículo acomodando o mesmo às transformações que a sociedade tem sido alvo, procurando desta forma contribuir para uma escola que se reinventa para acompanhar a evolução da sociedade. Contudo, a escola é uma instituição que visa formar cidadãos que entre outros aspetos tem que avaliar aptidões, conferir níveis de conhecimento, para averiguar a evolução cognitiva dos seus discentes, certificando-os no final da sua formação para o mercado de trabalho.

Com os términos da PES concluímos este ciclo de estudos, no entanto, a nossa formação enquanto docentes não fica por aqui, pois para fazer face aos desafios acima referidos, teremos que estar sempre disponíveis para adquirir novos conhecimentos, quer

sejam eles através de ações de formação concretas, de reciclagens, de investigações ou outros veículos de informação, ou seja, podemos dizer que o professor está sempre em formação.

### **Reflexão sobre o Estudo desenvolvido**

Partindo de que a PES versou sobre o ensino das TIC e nela entre outras matérias focamos a utilização das redes sociais e a pegada digital, e tendo em conta a nossa relação profissional com várias empresas de diferentes ramos de atividade, levantamos as seguintes questões de investigação “ Em que medida os alunos tem consciência das implicações da sua pegada digital no mercado laboral futuro?” e “Em que medida as empresas valorizam as publicações nas redes sociais de eventuais colaboradores?” após definirmos os objetivos e concluída a análise de dados, permite-nos as seguintes considerações:

Em relação ao primeiro objetivo, que visa compreender se os alunos têm a noção do impacto que pode ter o publicam nas redes sociais. Apuramos que a esmagadora maioria (90,7%) têm noção que o que publicam pode ter impacto, no entanto pouco mais de  $\frac{2}{3}$  dos alunos inquiridos (67,5%) é que considera que pode ser penalizado judicialmente por comentários/publicações nas redes sociais e pouco mais de metade (53,5%) é que considera que a informação publicada nas redes sociais poder influenciar a decisão do potencial empregador.

O segundo objetivo propõe-se identificar que noção os alunos têm do setor empresarial. Verificamos que a grande maioria considera que as empresas antes de contratar vão analisar com cuidado o currículo, pedir referências sobre si e telefonar-lhes para colocar questões sobre os próprios e pouco mais de metade (51,8%) é que considera que as empresas iriam procurar informações sobre si nas redes sociais.

No que diz respeito ao terceiro objetivo, que pretende verificar se as empresas e os alunos usam as redes sociais no contexto da empregabilidade. Apuramos que os alunos ponderam não utilizar as redes sociais na procura de emprego, pois preferem entregar currículo, portefólio, carta de recomendações e referências para se apresentarem, só 9,7% é que consideram utilizar publicações nas redes sociais para se apresentar. A esmagadora maioria das empresas quando pensa em recrutar funcionários não recorre às redes sociais para procurar informação sobre os candidatos e também não comparam a informação do currículo dos candidatos com o que encontram sobre eles publicado online.

Quanto ao quarto objetivo, pretende-se verificar se as empresas e os alunos acreditam que as redes sociais podem facilitar ou não no mercado de trabalho. Observamos que mais de dois terços das empresas (77,8%) afirma que não se deixaria influenciar na decisão para contratar por publicações nas redes sociais e também porque não valorizam a participação dos candidatos nas mesmas. No que diz respeito aos alunos observamos que a esmagadora maioria (85,4%) considera que não teria mais hipóteses de conseguir emprego se tivesse mais amigos nas redes sociais, porém pouco mais de metade dos alunos inquiridos (53%) considera que as informações publicadas nas redes sociais podem influenciar na decisão do potencial empregador.

Por fim o quinto objetivo, visa analisar se as empresas dão importância ao que os seus colaboradores publicam nas redes sociais. Verificamos que só um terço das empresas não valoriza o que os colaboradores publicam nas redes sociais, no entanto os outros dois terços das empresas valorizam aspetos diferenciados como capacidade empreendedora, dinamismo ou experiência profissional ou formação pessoal/cultura geral ou atitudes altruístas.

Face aos resultados e respondendo à questão de investigação “Em que medida os alunos tem consciência das implicações da sua pegada digital no mercado laboral futuro?” concluímos que os alunos não valorizam a sua pegada digital em relação ao mercado de trabalho, contudo a maioria considera que pode influenciar na decisão de um potencial empregador. Respondendo à questão “Em que medida as empresas valorizam as publicações nas redes sociais de eventuais colaboradores?” De uma forma geral as empresas não valorizam que os possíveis candidatos participem nas redes sociais, no entanto a maioria delas valoriza publicações de vários aspetos sobre os mesmos.

Apesar de verificarmos que a participação dos jovens nas redes sociais é massiva, ainda não lhe é atribuída a devida importância na função auxiliar do processo de contratação de colaboradores por parte das empresas, também os jovens mostram-se pouco despertados para a influência que a sua pegada digital poderá ter na sua entrada no mercado de trabalho. Desta forma concluímos que tanto as empresas como os alunos ainda não conferem grande importância às redes sociais como um meio de oferta e procura de trabalho.

Confiamos que no futuro esta realidade possa ser diferente, pois a era das redes sociais ainda agora começou, porém com um crescimento muito acentuado de ano para ano como refere The Statistics portal e Campbell (2014), também segundo dados da MarkTest “perto de três quartos dos portugueses que têm perfis criados em redes sociais seguem marcas ou empresas”, o que nos leva a considerar que no futuro esta ligação entre os utilizadores das redes sociais e as empresas conheça outras facetas, que não seja só a simples divulgação de produtos e serviços por parte das empresas.

Como professores e educadores que somos temos de estar concentrados nesta tarefa de instruir os nossos discentes para uma cuidada gestão da sua presença online, tentando consciencializá-los para os perigos como para as oportunidades que daí podem advir.

### **Limitações do Estudo**

Quanto às limitações do estudo, consideramos que o facto de o mesmo se ter restringido a uma área geográfica concreta, neste caso as sub-regiões do Vale do Ave, Vale do Sousa e Baixo Tâmega, pode não servir como referência para o resto do país, pelas características socioculturais específicas desta área geográfica. Outro aspeto que consideramos limitador neste estudo é o número de empresas que participou nele e o facto do mesmo não abranger empresas de todos os ramos de atividade económica, cingindo-se apenas à indústria, comércio e serviços. Porém, a principal limitação deste estudo foi o tempo disponível para o desenvolvimento do mesmo, o que nos condicionou também relativamente à sua dimensão.

### **Sugestão para investigações futuras**

Após a apresentação dos resultados alcançados, pensamos que seria pertinente desenvolver uma investigação a um universo alargado de jovens alunos, instituições e empresas de modo a conhecer a realidade relativamente ao nosso país.

Um estudo mais amplo possibilitaria apreciar resultados mais globais, seria um contributo para estudar esta ideia e auxiliaria numa formação mais alargada nesta área, quer os professores quer os alunos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- A Ángel, A., (Ed.) (1994). *Psicología de la adolescencia* . Spain: Editorial Boixareu Universitaria.
- Abrantes, P. (2002). A avaliação das aprendizagens no ensino básico. In Paulo Abrantes (org). *A Avaliação das Aprendizagens. Das concepções às práticas*. Lisboa: Ministério da Educação, pp.7-16.
- Alvarenga, I., J., (21 de 01 de 2011). A planificação docente e o sucesso do processo ensino-aprendizagem. Universidade Jean Piaget de Cabo Verde . Obtido de <http://bdigital.unipiaget.cv:8080/jspui/bitstream/10964/269/1/Ivaldina%20Alvarenga.pdf>
- B Bélair, M., L., (2000). *La evaluación en la acción*. Sevilla: Díade Editora.
- Brubacher, J. W., Case, C. W., & Reagan, T. G. (1994). *Becoming a reflective educator: How to build a culture of inquiry in the schools*. Thousand Oaks, CA: Corwin.
- C Cardoso, A. M., Peixoto, A. M., Serrano, M. C., & Moreira, P. (1996). O movimento da autonomia do aluno: Estratégias a nível da supervisão. In I. Alarcão (Org.), *Formação reflexiva de professores: Estratégias de supervisão* (pp. 89-122). Porto: Porto Editora.
- Cardoso, V. (2014). *Facebook*. Obtido em 2014, de <https://cs-cz.facebook.com/vagnermarketing/posts/793567873994625>
- Coutinho, C. (2014). *Universidade do Minho*. Obtido em Novembro de 2014, de <http://claracoutinho.wikispaces.com/M%C3%A9todos+e+T%C3%A9cnicas+de+Amostragem>
- Coutinho, D. C., (02 de 2008). *Universidade do Minho* . Obtido em 2 de 10 de 2014, de <http://inoporquestion.com.sapo.pt/pdf.pdf>
- E Educação, M. d., (2002). *Estratégias para a acção- as TIC na Educação*. Lisboa: Europress, Lda.
- F Faerman, J., (2011). *Faceboom* (1º edição ed.). (G. Mira, Trad.) QN - Edição e Conteúdos, S.A.

- Fátima B., Floripes M. Vilas-Boas, Maria E. M. A., Maria J. de F., Carlinda L., Planificações novos papéis, novos modelos, Edições Asa, Porto, 2004.
- Fernandes, C. (11 de Maio de 2013). *S Opinião*. Obtido em 2015, de sabado.pt: <http://www.sabado.pt/opiniaio/detalhe/Pegada-digital.html>
- Ferreira, Carlos A. (1997). *A Avaliação Formativa: Finalidades, Funções e Características da sua prática. Relatório de Aula Teórico - Prática das Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica*. Vila Real: UTAD. (Policopiado)
- Ferreira, Carlos A. (2007). *A Avaliação no Quotidiano da sala de Aula*. Porto: Porto Editora.
- Fernández, J. M., Marcet, C. A., Marcos, S. A., Monclús, M. B., Tarradellas, A. B., Pina, M. B., et al. (S.A). *Enciclopédia Geral da Educação*. Oceano.
- G** Gallagher, W., (s.d.). *GLOBO*. Obtido em 16 de 08 de 2014, de <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI299866-17933,00-ESCRITORA+INVESTIGA+A+NEOFILIA+NOSSO+DESEJO+PELO+DESCONHECIDO.html>
- Gomes, A. S. (2010). *Web Trends 10 Cases Made in Web 2.0*. Gaia: Edições Sílabo.
- L** Laranjeiro, A., (06 de Novembro de 2013). Obtido em 05 de 01 de 2014, de [http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/tecnologias/detalhe/redes\\_sociais\\_sao\\_cada\\_vez\\_mais\\_uma\\_ferramenta\\_das\\_empresas\\_portuguesas.html](http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/tecnologias/detalhe/redes_sociais_sao_cada_vez_mais_uma_ferramenta_das_empresas_portuguesas.html)
- Lévy, P., (2000). *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget  
Lisboa: Plátano Editora.
- M** M. M., Hill, & A. Hill, (2009). *Investigação Por Questionário*. Lisboa: Edições sílabo.
- Maria . H., Fernando. M. (07 de 2012). *Tecologias de Informação e Comunicação*. Obtido em 01 de 02 de 2014, de DGE: <http://dge.mec.pt/metascurriculares/index.php?s=directorio&pid=24>
- Miguel, A., Z., *Planificações e desenvolvimento curricular na escola*, Edições Asa, Porto, 2000.

- N** Nóvoa, A., (1991) A formação contínua entre a pessoa-professor e a organização escola. *I/O*vação, 4( I) 63-76.
- Nóvoa, A., (1997). Formação de professores e profissão docente.( In A. Nóvoa (Ed.), Os professores e a sua formação (3ª ed.) ed.). Lisboa: Dom Quixote, 15-33
- P** Pacheco, José A., (2001). Currículo: Teoria e Praxis. Porto: Porto Editora.
- paradox zero*. (05 de 03 de 2014). Obtido em 06 de 01 de 2015, de <http://www.paradoxzero.com/2014/03/infografico-compila-estatisticas-recentes-sobre-redes-sociais/>
- Puga, A., J., (2007). As tecnologias de Informação e Comunicação na Escola. Braga: Universidade do Minho - Centro de Investigação Metamorfa.
- R** Ribeiro, A., (1993). Currículo: natureza e âmbito. in Desenvolvimento Curricular. Lisboa: Texto Editora. (pp. 11-22).
- Ribeiro, A. C. (1996). Desenvolvimento Curricular. Lisboa: Texto Editora.
- S** *SapoTeK*. (19 de 11 de 2014). Obtido em 2015, de [http://tek.sapo.pt/noticias/internet/mais\\_de\\_70\\_dos\\_utilizadores\\_de\\_redes\\_sociais\\_1422087.html](http://tek.sapo.pt/noticias/internet/mais_de_70_dos_utilizadores_de_redes_sociais_1422087.html)
- Schreck, I., (2013). Tribunal aceita despedimento por ofensas no facebook. *Jornal de Notícias* , 8.
- Silva, C., F., (s.d.). Obtido em 29 de 01 de 2014, de <http://www.ipv.pt/millennium/millennium32/16.pdf>
- T** Tavares, M., S., (04 de 02 de 2014). Facebook: Argumentos contra e a favor. (N. Guedes, Entrevistador)
- The Statistics Portal*. (2015). Obtido em 2015, de Statistics: <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Tonon, R. (s.d.). *GALILEU*. Obtido em 16 de 08 de 2014, de <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI299866-17933,00-ESCRITORA+INVESTIGA+A+NEOFILIA+NOSSO+DESEJO+PELO+DESCONHECIDO.html>

- V Valadares, J; GRAÇA, M. (1998). Avaliando para melhorar a aprendizagem.
- Z Zabalza, M. A. (1992). Didáctica da Educação Infantil. Rio Tinto: Edições ASA.
- Zeichner, K. (1993). *A formação reflexiva de professores: Ideias e práticas*. Lisboa: Educa.
- Zeichner, K., & Liston, D. (1996). *Reflective teaching: An introduction*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

## **ANEXOS IMPRESSOS**

**Anexo A**– Inquérito por Questionário aos alunos “As Redes Sociais”.

**Anexo B** – Inquérito por Questionário às empresas “As Redes Sociais”.

**Anexo C** – Pedido de Autorização à direção da escola onde se realizou a PES para concretização do estudo.

**ANEXO A - Questionário sobre as redes sociais aos discentes no contexto empresarial**

## As redes sociais

Este inquérito enquadra-se numa investigação subordinada ao tema “As redes sociais e a empregabilidade”, no âmbito do Mestrado de Ensino de Informática (Universidade Católica Portuguesa).

Como tal, pedimos a tua colaboração, uma vez que esta se revela particularmente importante, na medida em que das tuas respostas sinceras e ponderadas, depende a validação do estudo que nos propomos fazer. Os dados fornecidos serão confidenciais, destinando-se apenas a fins académicos.

Agradecemos a tua colaboração.

\*Obrigatório

### 1. Género \*

Marcar apenas um oval.

- Masculino  
 Feminino

### 2. Idade \*

Marcar apenas um oval.

- 14  
 15  
 16  
 17  
 18  
 > 18

### 3. Utilizas Redes Sociais? \*

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Não

### 4. Quais destes equipamentos utilizas para acederes às redes sociais? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Computador  
 Tablet ou iPad  
 Smartphone ou iPhone  
 Outra: \_\_\_\_\_

**5. Indica o(s) local(is) onde, normalmente, acedes à Internet. \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Em casa
- Na Escola
- No café
- Na Biblioteca
- Em casa de amigos
- Outra: \_\_\_\_\_

**6. Com que frequência acedes às redes sociais na Internet? \***

Marcar apenas um oval.

- Várias vezes ao dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana
- 2 ou 3 dias por semana
- Uma vez por mês
- Raramente
- Sempre ligado
- Nunca

**7. Qual a rede Social que mais utilizas? \***

Marcar apenas um oval.

- Facebook
- Hi5
- Linkedin
- Twitter
- Myspace
- YouTube
- Google+
- Chirp
- Skoob
- Chirpify
- Vendly
- Medium
- Thumb
- Vine
- Ask.fm
- Quoooh.me
- Outra: \_\_\_\_\_

**8. Qual(is) a(s) rede(s) Social(is) em que tens criada? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Facebook
- Hi5
- Linkedin
- Twitter
- Myspace
- YouTube
- Google+
- Chirp
- Skoob
- Chirpify
- Vendly
- Medium
- Thumb
- Vine
- Ask.fm
- Quoooh.me
- Outra: \_\_\_\_\_

**9. Há quanto tempo utilizas as redes sociais? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- < 1 ano
- 1 a 3 anos
- 3 a 5 anos
- > 5 anos

**10. Qual(is) o(s) motivo(s) que te levaram a registar numa rede social? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Curiosidade
- Lazer/Diversão
- Por influência de amigos e/ou familiares
- Para encontrar novos amigos/familiares
- Para estar em contacto com os amigos/familiares
- Para partilhar informação pessoal
- Porque todos tinham
- Para te dares a conhecer
- Outra: \_\_\_\_\_

**11. Quando acedes às redes Sociais, qual o tempo que passas aí por dia? \***

Marcar apenas um oval.

- Menos 15 minutos
- Até meia hora
- Até uma hora
- Até duas horas
- Mais de duas horas

**12. Com que objetivo(s) utilizas as redes sociais? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Conversar com amigos
- Conhecer pessoas
- Partilhar desabafos da minha vida
- Partilhar fotografias/Vídeos/Músicas
- Partilhar fotografias/Vídeos de outros
- Partilhar informação das aulas
- Expressar ideias
- Participar em discussões
- Para Lazer/Diversão
- Para aborrecer algumas pessoas
- Para saber novidades dos outros
- Outra: \_\_\_\_\_

**13. Que tipo de informação colocas na tua rede social? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Informação pessoal (onde moro, onde estudo, o meu e-mail...)
- Informação das matérias das aulas
- Fotografias/Vídeos pessoais
- Interesses
- Como me sinto (alegre, triste, com saúde, apaixonado...)
- Pensamentos
- Comentários
- Não coloco nada
- Outra: \_\_\_\_\_

**14. Na rede social que mais utilizas, tens como amigos? \***

Marcar tudo o que for aplicável.

- Mãe/Pai
- Irmãos
- Tios
- Primos
- Colegas da Turma
- Colegas da escola
- Professores
- Pessoas Famosas
- Desconhecidos

**15. Conheces pessoalmente todos os amigos da tua rede social? \***

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Não

**16. Por norma, aceitas todos os pedidos de amizade que te são feitos? \***

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Sim, se conhecer pessoalmente a pessoa  
 Nem sempre  
 Não

**17. Já consultaste as definições de privacidade da tua rede social? \***

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Não

**18. Os teus pais sabem o que publicas nas redes sociais? \***

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Sim, eles são meus “amigos” e vêem o que faço  
 Não *Após a última pergunta desta secção, passe para a pergunta 21.*  
 Não, bloqueie-os para não verem o que *Após a última pergunta desta secção, passe para a pergunta 21.*

**19. Os teus pais já te chamaram à atenção por algum comentário que fizeste ou vídeo/imagem que publicaste? \***

Marcar apenas um oval.

- Sim  
 Não *Passe para a pergunta 21.*

**19.1. O que foi que te disseram? Que pensaste sobre essa chamada de atenção?**

---

---

---

---

---

**20. Achas que se deve publicar todo o tipo de informação nas redes sociais? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim *Passe para a pergunta 23.*  
 Não

**20.1. Que tipo de informação, na tua opinião não deve ser publicada? \***

---

---

---

---

---

**21. Costumas fazer comentários nas redes sociais? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim  
 Não *Passe para a pergunta 25.*  
 Nunca comento nada *Passe para a pergunta 25.*

**21.1. Que tipo de comentário costumavas fazer? \***

---

---

---

---

---

**22. Na tua opinião pode-se ser condenado em tribunal pelos comentários/publicações nas redes sociais? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim  
 Não

**23. Quando eliminas informação da tua rede social mais ninguém poderá ver? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Verdadeiro  
 Falso

**24. Achas que quanto mais amigos tiveres na tua rede social, mais hipóteses terás no futuro de conseguir emprego? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim  
 Não

**25. Quando fores à procura de trabalho, o que entregas ao potencial empregador para o convenceres a contratar-te? \***

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Currículo  
 Referências (professores, pessoas conhecidas na empresa,...)  
 Publicações (Vídeos, documentos,...)  
 Portefólio  
 Carta de Recomendações  
 Outra: \_\_\_\_\_

**26. Para te contratarem, deixas como teu contacto preferencial? \***

*Escolhe, no máximo, 3 opções.*

- Endereço de e-mail  
 Facebook  
 LinkedIn  
 Telefone  
 Telemóvel  
 Endereço do teu site  
 Outra: \_\_\_\_\_

**27. O potencial empregador antes de te contratar vai: \***

*Marcar apenas um oval por linha.*

- |   | Sim                   | Não                   |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Analisar com cuidado o teu                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Entrar nas redes sociais para ver quem és   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pesquisar na Web informações sobre ti       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pedir referências sobre ti                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Telefonar-te e procurar saber mais sobre ti | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**28. Achas que a informação que publicas nas redes sociais poderá influenciar a decisão do potencial empregador? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim, para saber quem sou
- Não, ele deve ter mais que fazer do que andar nas redes sociais

**29. Se fosses tu o empregador, procurarias saber mais sobre quem irias contratar nas redes sociais? \***

*Marcar apenas um oval.*

- Sim, tenho que conhecer bem quem quero contratar para a minha empresa
- Não. Teria mais trabalho a fazer isso. Numa conversa saberei mais sobre o candidato!

**30. Se fosses tu o empregador, para conhecer melhor o candidato ao emprego tentarias saber mais através: \***

*Marcar apenas um oval por linha.*

	Sim	Não
Comentários feitos por ele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comentários feitos por outros sobre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografias pessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vídeos Pessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partilhas que realizou (Imagens, vídeos, fotos...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da informação do perfil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**ANEXO B** - Questionário às empresas sobre as redes sociais no contexto laboral.

## As redes sociais

Este inquérito enquadra-se numa investigação subordinada ao tema “As redes sociais e a empregabilidade”, no âmbito do Mestrado de Ensino de Informática (Universidade Católica Portuguesa).

Como tal, pedimos a vossa colaboração, uma vez que esta se revela particularmente importante, na medida em que das tuas respostas sinceras e ponderadas, depende a validação do estudo que nos propomos fazer. Os dados fornecidos serão confidenciais, destinando-se apenas a fins académicos.

Agradecemos a tua colaboração.

\*Obrigatório

### 1. Ramo de atividade\*

Agricultura

Indústria

Comércio

Serviços

Outro:

### 2. A empresa utiliza as redes sociais para fazer publicidade à mesma? \*

Sim

Não

Outro:

### 3. Quando a empresa necessita de um funcionário, recorre à Internet para o recrutar? \*

Sim

Às vezes

Não

### 4. A empresa publica ofertas de trabalho em sítios da Internet?\*

Sim

Às vezes

Não

### 5. Existe na empresa um departamento responsável pela gestão dos recursos humanos?\*

Sim

Não

6. Quando pensam recrutar um funcionário, procuram informação sobre o candidato nas redes sociais?\*

- Sim, sempre
- Sim, na maioria das vezes
- Não
- Não, nunca

7. Comparam informações do currículo do candidato com o que encontram publicado online sobre ele?\*

- Sim
- Às vezes
- Não
- Nunca faço isso

8. Sobre as publicações feitas por um potencial candidato ao emprego:\*

	Sim	Não
Analizam o tipo de comentários que o candidato publica?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analizam o tipo de fotos que o candidato publica?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analizam o grupo de amigos que o candidato tem?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analizam o tipo de comentários que fazem ao/do candidato?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Que tipo de publicações/comentários que visse no perfil dos candidatos a emprego o faria não o contratar (ainda que o seu currículo mostrasse que fosse a pessoa indicada)?

10. O que valorizaria se visse publicado nas redes sociais sobre determinado candidato?\*

11. Como empresa, utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho?\*

- Sim
- Não

12. Quais destes equipamentos utilizam para acederem as redes sociais?\*

- Computador
- Tablet ou iPad
- Smartfone o iPhone
- Outro:

**13. Com que frequência acedem às redes sociais na internet?\***

- Várias vezes ao dia
- Uma a duas vezes por dia
- Raramente
- Sempre ligado
- Nunca

**14. Qual(is) a(s) rede(s) social(is) que mais utilizam:\***

- Facebook
- Hi5
- LinkedIn
- Twitter
- Myspace
- YouTube
- Google+
- Chirp
- Skoob
- Chirpify
- Vendly
- Mrdium
- Thumb
- Vine
- Ask.fm
- Quoooh.me
- Outro:

**15. Qua (is) a rede(s) sociais em que têm conta criada?\***

- Facebook
- Hi5
- LinkedIn
- Twitter
- Myspace
- YouTube
- Google+
- Chirp
- Skoob
- Chirpify
- Vendly
- Medium
- Thumb
- Vine
- Ask.fm
- Quooch.me
- Outro:

**16. O que é publicado nas redes sociais influencia na decisão para a contratação?\***

- Sim
- Não

**17. Já rejeitou algum potencial candidato por ter visto informação sobre ele nas redes sociais que o desagradou?\***

- Sim
- Não

**18. Comentariam com o candidato/empregado os comentários por ele publicados?\***

- Sim
- Não

**19. Valorizam o candidato que participa nas redes sociais?\***

- Sim
- Não

**20. Consideram que os candidatos sabem que as empresas fazem algum tipo de pesquisa sobre os funcionários nas redes sociais?\***

- Sim
- Não
- A maioria das empresas não o faz

**21. Utilizaria os comentários publicados nas redes para despedir um funcionário?\***

- Sim
- Não

**22. É chamado para decidir sobre a contratação de um candidato / tem poder de decisão \***

- Sim
- Não

**23. Cargo que ocupa na empresa\***

**24. Género\***

- Masculino
- Femenino

**25. Idade\***

<https://docs.google.com/forms/d/11mwJON5estLRjJGncbqDfwXOwBnOZpm5V5GIoW1p-tg/viewform>

ANEXO C – Pedido de Autorização à direção da escola para aplicação do questionário aos alunos.

### PEDIDO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, António Luís Ribeiro Gonçalves, professor estagiário do grupo 550 – Informática, de momento a frequentar o II ciclo de estudos em Ensino de Informática na Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Ciências Sociais de Braga venho solicitar autorização para a recolha de dados, através de um inquérito por questionário, que permitam realizar um estudo sobre as “Redes Sociais e o Mercado laboral”, pelo que as informações obtidas serão, naturalmente, confidenciais.

Nestes termos, solicito a V. Ex.<sup>a</sup> a necessária autorização para desenvolver este estudo a partir do caso dos alunos que frequentam o 12.º ano de escolaridade.

Antecipadamente grato por toda a colaboração, subscrevo-me com os melhores cumprimentos.

Fafe, 2 de Junho de 2014

---

(Luís Gonçalves)

**ANEXOS DIGITAIS**

ANEXOS DIGITAIS



**Anexos**



**Atividades**



**Aulas**



**Avaliação**



**Estudo**



**PLAN**

**Planificação**



**Recurso Educativos**