



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

**Perceção pelos jovens da  
importância da sua pegada digital  
na vida profissional futura**

**II Ciclo de Formação e Comunicação Multimédia  
Comunicação Multimédia**

Adelcides Alexandre Lopes Rodrigues

Sob a orientação do Prof. Doutor Francisco Restivo  
Coorientação da Prof. Doutora Emese Panyik

**Braga, 2013**



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

**Perceção pelos jovens da  
Importância da sua pegada digital  
na vida profissional futura**

**Estudo exploratório com estudantes  
universitários de Cabo Verde**

**II Ciclo de Formação e Comunicação Multimédia  
Comunicação Multimédia**

Sob a orientação do Prof. Doutor Francisco Restivo  
Coorientação da Prof. Doutora Emese Panyik

**Braga, 2013**

# Declaração de honra

Entrega de dissertação ou relatório

Nome \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ número: 23 \_ \_ \_ \_ \_ . Do II Ciclo de Estudos em \_\_\_\_\_,  
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, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(assinatura)

---

## <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.

Dedico este trabalho a meus pais Maria Conceição Correia Lopes e Feliciano Rodrigues Varela, fonte de meus conhecimentos e saber. Graças a eles, tornei-me uma pessoa capaz de lutar, para que meus sonhos e objetivos fossem sempre alcançados, sem jamais desanimar. Considero-me forte porque eles me ensinaram a ser forte.

## Agradecimentos

Agradeço a Deus, pela sua presença constante permitindo que pela minha fé a concretização desta realização pessoal.

Ao meu orientador Professor, Doutor Francisco Restivo, dirijo um agradecimento muito especial pelo apoio, orientação, colaboração, amizade e disponibilidade, não devendo ainda ficar esquecida a oportunidade que me deu de realizar este trabalho com sucesso.

À Professora Doutora Emese Panyik, que foi a minha coorientadora e amiga, que com muita disponibilidade e sabedoria partilhou seus conhecimentos e suas experiências, possibilitando chegar ao final de cada etapa deste estudo.

Ao Professor Doutor Salvador Mota, que me apoiou desde do primeiro dia que cheguei a Braga e um especial agradecimento ao Engenheiro António Graça.

À Universidade Católica Portuguesa de Barga, pela referência enquanto instituição de ensino, e a todos os Professores com quem tive a oportunidade de trabalhar durante estes cinco anos de percurso universitário, pelos conhecimentos transmitidos e pelas experiências partilhadas, pelo exemplo e referência de profissionais que são, a quem devo parte da minha formação.

Um especial agradecimento aos meus amigos Luís Andrade, Justino, José Miguel Pires Adilson Ramos e a Alessandra Tomar.

Aos meus irmãos Norberto Rodrigues, Pedro Rodrigues, Wilson Rodrigues, à mana Adelcia Rodrigues por me apoiarem incondicionalmente.

Um especial agradecimento a minha namorada Isolina Gomes que sempre esteve ao meu lado e a minha filha Adalgilsa Rodrigues.

## Resumo

As redes sociais são o assunto do momento! Com as redes sociais o nosso mundo está conectado socialmente, estrategicamente e tecnologicamente. O mundo das redes sociais resulta da convergência em torno de plataformas como Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Youtube, Flickr, Slideshare, Hi5, Digg, Delicious, Vimeo, etc. Chama-se a isto a Web 2.0.

Cada vez mais as instituições e a sociedade estão a descobrir as possibilidades e o potencial que elas oferecem. Porém, o entusiasmo em usar as redes e estar conectado a todo momento pode de futuro vir a atrapalhar a vida profissional das pessoas.

Os jovens, no entanto, utilizam as plataformas de uma forma despreocupada, sem ter em conta questões de privacidade e de segurança, e sem se interrogar sobre o efeito das suas ações no seu próprio futuro.

Os pesquisadores que se debatem sobre esta área estão a tentar quantificar, qualificar e explicar a crescente complexidade através da conectividade do mundo que nos rodeia.

Nesta dissertação vamos estudar a perceção dos estudantes Cabo-Verdianos sobre a importância da sua pegada digital na vida profissional futura e refletir sobre a forma como o Ministério da Educação percebe esta problemática, e qual é a estratégia de acção que possui para apoiar os jovens nas suas decisões.

**Palavras-chave:** Redes Sociais, Pegada Digital, Reputação Digital, Plataforma, Web 2.0, Cabo Verde

## Abstract

Today, we are witnessing the emergence of social networks as the primary Internet activity worldwide. By the social networks the World is now connected socially, strategically and technologically. This online social interconnectedness is a result from the convergence of platforms like Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Youtube, Flickr, Slideshare, Hi5, Digg, Delicious, Vimeo, etc.

This is called the Web 2.0. Increasingly, institutions are discovering the possibilities and the potential these platforms could offer. However, the enthusiasm in using the networks and be always connected may compromise future carriers. Yet young people use these platforms in a carefree manner, regardless of issues such as privacy, security, and the potential effects of their actions on their own future.

Researchers who focus on this area are struggling to quantify and explain the growing complexity and connectivity of the world around us. The objective of this thesis is to explore how Cape Verdean students perceive the importance of their digital footprint in their future carrier. In addition, the thesis reflects on how the Ministry of Education approaches this issue and what actions and strategy have been developed to support young people in their decisions.

**Keywords:** Social Networks, Digital Footprint, Digital Reputation, Platform, Web 2.0, Cape Verde

# Índice Geral

Declaração de honra .....	ii
Agradecimentos .....	iv
Resumo .....	v
Abstract.....	vi
Índice Geral .....	vii
Lista de figuras .....	x
Lista de Tabelas .....	xi
INTRODUÇÃO .....	1
CAPITULO 1 QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO .....	3
1.1 Motivação e Pertinência do Estudo .....	3
1.2 Definição dos objetivos propostos.....	4
1.3 Organização do Documento.....	5
1.4 Estratégias de Pesquisa Bibliográfica .....	6
CAPITULO 2 WEB 2.0 .....	7
2.1 Web 1.0.....	7
2.2 O que é Web 2.0?.....	9
2.2.1 Aplicações Web 2.0 e suas características.....	12
2.3 Plataformas digitais.....	14

2.3.1	Tipos de Redes Sociais na Internet.....	16
2.3.2	Website .....	17
2.3.3	Facebook.....	18
2.3.4	Twitter.....	18
2.3.5	LinkedIn.....	19
2.3.6	Youtube.....	20
2.4	Panorama informático em Cabo Verde.....	20
2.4.1	Tecnologias em Cabo Verde.....	21
2.4.2	P.E.S.I.-Plano estratégico para a Sociedade da Informação .....	24
2.4.3	Mundu Novu .....	26
CAPITULO 3 VIVER NA SOCIEDADE INFORMAÇÃO .....		31
3.1	Convergência real virtual.....	31
3.2	Identidade Online.....	32
3.2.1	Identidade e interação na Internet.....	36
3.3	Gestão de identidade On-line.....	37
3.3.1	Tipos de identidade digital.....	38
3.4	Gestão da reputação On-line.....	38
3.5	Perceção da pegada digital.....	42
CAPITULO 4 METODOLOGIA UTILIZADA.....		44
4.1	Desenho de Investigação .....	44
4.2	População e Processo de Amostragem .....	45
4.2.1	Instrumentos de recolha de dados.....	46
4.2.2	Procedimentos.....	46

4.3	Desenvolvimento de modelo .....	47
4.4	Hipótese .....	49
4.5	Análise exploratória .....	50
CAPITULO 5 RESULTADOS .....		53
5.1	Descrição da amostra disponível .....	53
5.1.1	Teste das suposições .....	56
5.2	Análise da Confiabilidade.....	58
5.3	Coefficiente de Correlação de Pearson .....	62
5.4	Análise de regressão múltipla .....	64
5.5	Coefficiente de correlação de Sperman .....	68
5.6	Discussão dos Resultados .....	71
CONCLUSÕES .....		74
5.1	Trabalho Futuro .....	76
5.2	Limitações.....	76
Referências .....		77
Anexo.....		83
Questionário.....		84

## Lista de figuras

Figura 1: Web 1.0 .....	9
Figura 2: Web 2.0 .....	11
Figura 3: Diferença entre Web1.0 e Web 2.0 .....	13
Figura 4: Interação entre utilizadores .....	14
Figura 5: Rota do cabo submarino de fibra ótica de Cabo Verde.....	22
Figura 6: O Programa Estratégico para a Sociedade da Informação (PESI) .....	24
Figura 7: Programa “Mundo Novo” .....	27
Figura 8: Eixos Projeto” Mundo Novo” .....	28
Figura 9: Etapas projeto “Mundo Novo” .....	29
Figura 10: Taxa de penetração do uso da Internet .....	30
Figura 11: Pegada Digital ativa e passiva.....	43
Figura 12: Modelo de Pegada Digital .....	48
Figura 13: Visitas efetuadas ao Blog entre Junho e Novembro de 2013 .....	51
Figura 14: Visitas efetuadas ao Site por país.....	52
Figura 15: Computador/Portátil.....	54
Figura 16: Uso de rede sociais.....	56
Figura 17: Modelo hipotético de pegada digital .....	58
Figura 18: Modelo Independente 1 .....	61
Figura 19: Modelo Independente 2.....	62

## Lista de Tabelas

Tabela 1: As 10 redes sociais com mais utilizadores em 2013.....	17
Tabela 2: Caraterização da Amostra/Universo em função instituição do ensino	55
Tabela 3: Suposições de teste paramétricos.....	57
Tabela 4: Coeficientes de Confiabilidade.....	60
Tabela 5: Alfa Final .....	61
Tabela 6: Correlação do modelo Independe 1 .....	63
Tabela 7: Modelo Independente 2 .....	64
Tabela 8: Modelo Independente 1 Model Summary .....	65
Tabela 9: Modelo Independente 1 Anova.....	66
Tabela 10: modelo Independente 1 Coeficientes.....	66
Tabela 11: Modelo independente 2 Model Summary.....	67
Tabela 12: Modelo independente 2 Anova.....	67
Tabela 13: Modelo Independente 2 Coefficients.....	68
Tabela 14: Analise descritiva face pegada digital e idade.....	68
Tabela 15: Analise descritiva face pegada digital e área de formação .....	69
Tabela 16: Analise descritiva face pegada digital e sexo .....	69
Tabela 17: Analise descritiva face pegada digital e vida profissional futura .....	70
Tabela 18: Analise descritiva face pegada digital e perceção e facilidade e uso de internet.....	70

## INTRODUÇÃO

A era digital tem transformado as formas pelas quais nós comunicamos uns com os outros. Estamos conectados mais do que nunca. Como afirmou Castells (2004) a Internet foi o primeiro meio de comunicação que permitiu a comunicação de muitos indivíduos para muitos outros simultaneamente à escala global.

A cultura da Internet, ainda segundo Castells (2004), fez surgir padrões de interação social como o nascimento de comunidades virtuais, baseadas na comunicação em linha, fundadas no efeito do feedback positivo entre utilizadores, que mantêm e potenciam o compromisso social. Neste sentido, surgem as comunidades virtuais, redes de pessoas ligadas pela informação e comunicação através da Web.

O presente estudo foi desenvolvido no âmbito do Mestrado em Comunicação e Formação Multimédia.

O objetivo fundamental desta pesquisa é verificar se os alunos universitários de Cabo Verde estão a ser prudentes nas publicações de conteúdos, troca de informações, manifestações, opiniões, atitudes nas redes sociais e se têm consciência que essas atitudes poderão vir a condicionar no futuro a sua vida profissional.

Em paralelo, o estudo analisa o impacto dessa Pegada Digital, ou seja, se esta se materializa como mais um – e importante – elemento de formação de imagem, credibilidade e reputação dos alunos universitários.

Este documento é composto por secções distintas, incluindo nomeadamente, o enquadramento do estudo, evidência da motivação e pertinência da sua realização, bem como o enunciado da estratégia de pesquisa bibliográfica e da metodologia utilizada.

Se analisarmos a sociedade atual, vemos que são visíveis as alterações nos padrões de comunicação, que associadas ao desenvolvimento, cada vez mais veloz, das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), configuraram uma nova forma de sociedade, onde a

informação ocupa um lugar de extrema relevância. A Web tem-se tornado cada vez mais uma fonte de conteúdo para ensinar e para aprender.

## **CAPITULO 1      QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO**

Para começar um trabalho de investigação, há dois passos que são muito importantes – definição de um problema e/ou questão de investigação e revisão bibliográfica que constituem fases eminentemente teóricas (Martins, 2011).

### **1.1    *Motivação e Pertinência do Estudo***

Com a evolução da tecnologia no panorama dos *médios*, surgiram novos comportamentos no consumidor, pois as redes sociais reúnem amigos, colegas de trabalho e contactos profissionais (Castells, 2000). As redes sociais estão cada vez mais presentes na sociedade e as organizações têm usado as redes sociais como ferramenta de interação com os seus públicos (Boyd, 2001).

As pessoas usam por que é útil, mas não se apercebem dos riscos associados, quer em termos de privacidade quer em termos de segurança (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

Se analisarmos a sociedade atual, vemos que são visíveis as alterações nos padrões de comunicação, que associadas ao desenvolvimento, cada vez mais veloz, das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), configuram uma nova forma de sociedade, onde a informação ocupa um lugar de extrema relevância.

Com efeito, esta explosão informacional constitui-se no mundo de hoje como um fator fundamental do desenvolvimento pessoal, social, cultural e económico. Assim, poder-se-á dizer que a literacia da informação se apresenta como crucial para a realização de cada cidadão e para a sua plena integração social.

A sociedade coloca-nos atualmente frente à realidade virtual como uma ferramenta múltipla de informação e formação, e por isso é necessário estarmos preparados para o mundo globalizado da informação, para perceber a infinidade de

processos tecnológicos e saber da importância da sua ação para a democratização social e combate à infoexclusão ou na promoção da literacia na sociedade da informação.

Sabemos que as inovações e transformações provocadas pelas novas tecnologias da informação facilitaram o acesso à informação, proporcionando novas fontes de conhecimento e a utilização de métodos diversos de busca.

Mediante esta realidade, achamos pertinente o desenvolvimento deste trabalho, que, neste momento, se reveste de uma natureza exploratória, dado constituir um primeiro esforço de investigação realizado no âmbito desta temática.

A escolha do tema coincidiu com a vontade de refletir sobre aspetos importantes da sociedade, em constante crescimento e pouco evidenciados no âmbito da perceção dos estudantes Cabo-Verdianos sobre a importância da sua pegada digital na vida profissional futura, porque hoje em dia muitas empresas recorrem à internet, principalmente às redes sociais, no processo de recrutamento dos seus funcionários.

## ***1.2 Definição dos objetivos propostos***

Procura-se com este estudo contribuir para o crescimento do espaço do conhecimento no campo do uso da Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em Cabo Verde.

O estudo não aspira apresentar-se como solução definitiva para os problemas de adoção da Web 2.0, mas sim, espera chamar a atenção para factos que podem trazer benefícios aos jovens, nomeadamente os estudantes de ensino superior de Cabo Verde.

Atualmente são muitos os desafios nesse contexto, contudo, surgem algumas interrogações: Qual é importância da pegada digital? Na atual realidade social, a Internet e as novas tecnologias fazem parte do quotidiano dos jovens Cabo-Verdianos? Com que propósitos? Que novas competências ou perfis profissionais estão a emergir desta situação? Que perfis de utilização entre jovens se podem definir?

**Neste contexto, os principais objetivos deste trabalho são:**

- Perceber se os alunos ao publicar conteúdos em redes sociais têm consciência que essas publicações podem ter impacto na sua vida profissional futura.

- Contribuir para o Ministério da Educação de Cabo Verde aumentar o seu conhecimento desta realidade dos jovens Cabo-Verdianos e intervir junto dos jovens, a nível dos programas curriculares e da formação dos professores, para a sua melhoria. Que propostas podem ser explicitadas pelo Ministério da Educação para redes sociais? Que propostas podem ser explicitadas para as escolas?

### **1.3 Organização do Documento**

Nesta secção, descreve-se a organização deste documento e de forma sucinta explica-se que esta tese é composta de seis capítulos.

Neste primeiro capítulo apresentou-se um breve enquadramento do estudo, evidenciou-se a motivação e pertinência da sua realização bem como a estratégia de pesquisa bibliográfica que apoiará a realização deste projeto.

No segundo capítulo apresentam-se definições de conceitos basilares a este estudo e procede-se à revisão da literatura no que se refere às plataformas da web social e as suas características, plataformas digitais e tecnologia em Cabo Verde (projeto *Mundo Nuvu*).

No terceiro capítulo apresentam-se definições de conceitos no que respeita a viver na sociedade em rede, convergência do real e do virtual, identidade *On-line*, gestão de identidade *On-line* e sua reputação e pegada digital. Cada um destes capítulos da pesquisa 2-3 pode ser lido individualmente, pois o conteúdo de cada um destes capítulos é bastante independente do outro (exceto na seção de metodologia utilizada, onde a dependência é explicitamente especificado). No entanto, recomendamos a leitura de cada parte cronologicamente para uma cobertura mais completa de cada tema de pesquisa. Além disso, lendo apenas este capítulo de introdução e as conclusões no Capítulo 6 apresenta um resumo de toda a tese, e fornece respostas para as perguntas da pesquisa.

O quarto capítulo descreve-se o método que sustenta a investigação, nomeadamente a realização de um questionário, seguindo-se a apresentação das técnicas que serão utilizadas para a recolha de dados.

O quinto capítulo incide na descrição do trabalho atual realizado e os resultados intermédios e as principais conclusões da análise realizada, evidenciando mormente a discussão de resultados.

Finalmente apresenta-se a conclusão geral dessa dissertação.

#### **1.4 Estratégias de Pesquisa Bibliográfica**

Na investigação realizada, utilizaram-se alguns métodos e estratégias de pesquisa, que permitiram encontrar os resultados mais relevantes para os objetivos do trabalho.

Na seleção das referências bibliográficas, pretende-se selecionar os autores conceituados na área e focarmo-nos nos temas atuais. Para o projeto interessa, mormente artigos científicos, revistas, livros que abordem assuntos sobre a temática, numa perspetiva de adoção das Plataformas da Web 2.0 e da Pegada Digital.

Para a estratégia de pesquisas foram definidas seis palavras-chave: “Web 2.0”, “Redes Sociais”, “Pegadas Digitais”, “Reputação Digital”, “Plataforma” “Cabo Verde”. Estes termos, foram utilizados, tanto em inglês, como em português e foram procurados sobretudo no título, resumo e corpo dos documentos referentes às fontes bibliográficas como livros, artigos, dissertações, relatórios científicos e outras publicações relevantes sobre a adoção das plataformas da Web social.

Para realizar a pesquisa bibliográfica utilizou-se como recurso na *Internet*, os seguintes serviços: os repositórios de documentos científicos, ISI Web of Knowledge, Scopus, Google Scholar, Google Citations, RCAAP e Scielo.

Na seleção das referências, utilizaram-se parâmetros delimitadores, possíveis em algumas bases de dados, tais como, escolher uma data específica ou período temporal ou optar por um documento em determinada língua.

Na escolha das referências, deu-se maior primazia ao número de citações de artigos, às datas de publicações e à relevância do autor no assunto.

## **CAPITULO 2 WEB 2.0**

Neste capítulo procede-se à revisão da literatura relevante que fundamenta este projeto de investigação. Discute-se a "revisão da literatura" em torno dos temas das redes sociais, plataforma, Web 2.0. e panorama informático em Cabo Verde, com referência a definições, projetos e iniciativas emblemáticas ou mais relevantes.

### **2.1 Web 1.0**

Estaremos nos primórdios da Internet, se recuarmos 20 anos no tempo, quando a possibilidade de aceder a recursos residentes noutros computadores era praticamente inexistente.

Web 1.0 refere-se à primeira etapa da *World Wide Web*, que era totalmente composta por páginas da Web conectadas por hiperligações. Apesar da definição exata da Web 1.0 ser fonte de debate, é geralmente aceite referirmo-nos à Web como um conjunto de sites estáticos e que, como tal, ainda não forneciam conteúdo interativo. Tim Berners-Lee, investigador contratado pela CERN - Organização Europeia para a Investigação Nuclear, no início dos anos oitenta, deu os primeiros passos no sentido de resolver essa questão ao propor um projeto baseado no conceito de hipertexto no sentido de facilitar a troca de informações entre os investigadores que trabalhavam com ele naquela organização. Mais tarde e na sequência do desenvolvimento dos seus trabalhos, conseguiu reunir as ferramentas necessárias para o funcionamento da Web: o HTML (Linguagem de Marcação de Hipertexto), o HTTP (Protocolo de Transferência de Hipertexto), o primeiro *Browser* (navegador) a que chamou *World Wide Web* (WWW) e o editor *Web WYSIWYG* (*What you see is what you get*). A Web começou por funcionar inicialmente apenas dentro do CERN e só mais tarde, em 1991 foi, disponibilizada para todo o mundo.

O *World Wide Web* (WWW) é um sistema hipermídia baseado na Internet que nos permite a partilha global da informação nos conjuntos dos servidores distribuídos pela rede que comunicam via HTTP (CERN, 2008).

Os protocolos definem como dois programas/servidores devem interagir de forma a transferirem entre si comandos ou informação relativos ao WWW, onde a informação está armazenada, em formato HTML, e que pode ter conteúdos de texto, som, imagens ou animações, etc., podendo ser visualizados conforme a forma que mais sentido fizer para quem os consulta.

O primeiro *browser*, o Mosaic, e surgiu em 1993 foi primeiro a funcionar no Windows. Se observarmos bem não é muito diferente de qualquer dos *browsers* atuais. O Mosaic foi um importante catalisador para revolucionar o mundo de tecnologias, por ter sido o primeiro aberto ao público e pelo seu enorme contributo na evolução de internet e na forma como fez com que ficássemos mais interligados (LoveToKnow, 2010).

Atualmente Tim Berners-Lee dirige o consórcio W3C (World Wide Web Consortium), que foi criado quando trabalhava na CERN - Organização Europeia para Pesquisa Nuclear, organização que tem a seu cargo gerir todos os problemas (endereços, nomes, domínios, etc.) que resultam da interligação de um grande número de computadores, distribuídos por todo o mundo (W3C, 2013).

O consórcio W3C que criou as “Recomendações de Acessibilidade para Conteúdo Web” (WCAG) 2.0, é um Guia de Acessibilidade para Conteúdo Web que abrange diversas recomendações com a finalidade de tornar o conteúdo Web mais acessível a qualquer pessoa, independentemente de suas capacidades físicas, motoras e perceptivas, culturais e sociais, usufruir dos benefícios de uma vida em sociedade. O mesmo é dizer que deve proporcionar a possibilidade de participação de todos em todas as atividades, mesmo aquelas que incluem o uso de produtos, serviços e informação, com o mínimo de restrições possível principalmente para pessoas portadoras de qualquer tipo de deficiência (W3C, 2008).

O objetivo principal de WWW era a convergência das tecnologias dos computadores pessoais, das redes de computadores e do hipertexto onde seja permitido a interação com os utilizadores de uma forma simples ao nível global (CERN, 2008).

Desde então, Berners-Lee e a W3C têm desempenhado um papel primordial no desenvolvimento de normas e recomendações para melhorar a sua utilização,

funcionalidade e utilidade da Web. O período compreendido entre a criação da Web e o aparecimento, em 2001, do ponto com (.com) tem sido apelidado de Web 1.0.

O termo Web 1.0 tem sido usado em relação ao termo Web 2.0, para diferenciação e comparação de ambos (Dias, 2009).



Figura 1: Web 1.0<sup>2</sup>

## 2.2 O que é Web 2.0?

O termo Web 2.0 está associado a uma interação social que permite as pessoas partilharem de uma maneira fácil e rápida as suas opiniões e ideias sobre diversos temas. No dia-a-dia, as pessoas comentam, publicam, deixam sinais nos múltiplos sites que visitam, todas estas funcionalidades fazem com que a nossa pegada digital vá aumentando. A Internet é o novo espaço público.

A nossa pegada digital está marcada para o bem e para o mal. Devemos estar atentos a todas as nossas pegadas bem como com a entrada massiva e indiscutível da Web 2.0 assim como da tecnologia em geral em todos os parâmetros da nossa existência. Terão os milhares de utilizadores dos vários tipos de redes existentes na Web 2.0 consciência do inevitável impacto da sua atividade sobre a sua pegada digital, podendo contribuir para o sentido positivo quanto negativo.

A passagem da Web 1.0 para Web 2.0 em 2004 não aconteceu de forma repentina mas, antes, foi acontecendo gradualmente conforma a Internet se foi tornando mais interativa. Com a Web 1.0, os utilizadores podiam interagir muito pouco com a Web, eram meros consumidores (leitores) de conteúdos estáticos, disponíveis nas diversas páginas na internet. Era como folhear um jornal, a capacidade de visitar diversas páginas de temas de interesse. Eram, portanto, intervenientes passivos.

<sup>2</sup> AntonioRicardo.org - Arquivos da Tag: colaboração na web  
<http://antonioricardo.org/tag/colaboracao-na-web/> Acedido em 26/10/2013

Com a Web 2.0 que consiste numa segunda geração de comunidades e serviços, os utilizadores tornam-se intervenientes ativos, agentes capazes de criar e modificar conteúdos através de recursos como Blogs, Wikis, Páginas On-line (Wix, Googlesites, etc.), Fóruns de Discussão, Redes Sociais (Twitter, Facebook e LinkedIn), avisos sobre novas notícias. Podemos dizer que deixamos as nossas pegadas digitais para receber novos anúncios (RSS) e outros (Tim , O'Reilly ; John, 2004).

A evolução das tecnologias, bem como as suas filosofias de inteligência coletiva e transparência afirmam a Web 2.0 como modelo de negócios. É limitada para manter-se num ambiente íntimo e fomentar o diálogo entre todos os participantes (M. O'Reilly, 2011).

A Web 2.0 tem como conceito a "web como plataforma", envolvendo Wikis, aplicativos baseados em redes sociais e Tecnologias de Informação (O'Reilly, 2005).

Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma, onde a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos da rede para se tornarem melhores perante o maior uso dado pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva que resulta das contribuições individuais. (Gomes, 2011; T. O'Reilly, 2005) Essa inteligência coletiva permite uma interação – a que chamaremos interação social - cada vez maior entre as pessoas. A interação social permite que as pessoas partilhem mais fácil e rapidamente as suas opiniões e ideias sobre diversos temas que envolvem os produtos e serviços utilizados causando, portanto um inevitável impacto - que tanto pode ser positivo quanto negativo - sobre as organizações e sobre as pessoas. Não é por acaso que a Web 2 é conhecida como a Web social.

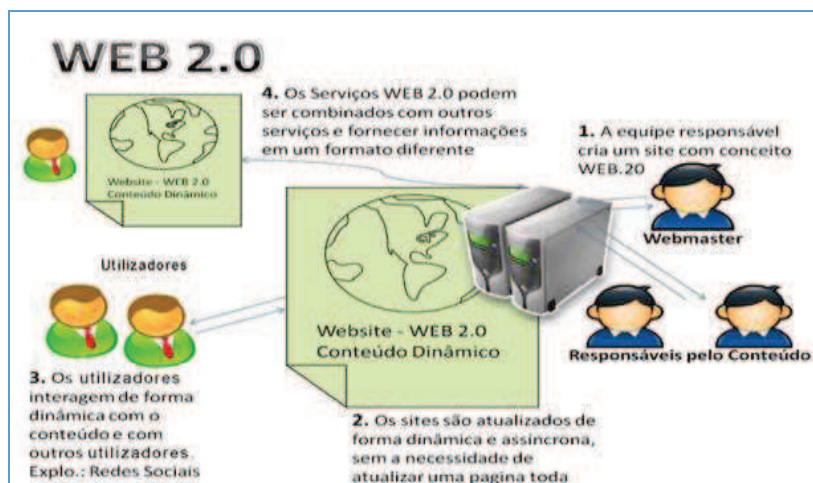


Figura 2: Web 2.0<sup>3</sup>

No que respeita ao impacto sobre as organizações, torna-se necessário que as empresas se adaptem para poderem utilizar estrategicamente estas novas ferramentas com o objetivo de alcançar uma maior aproximação com os consumidores, fortalecendo a marca e gerando mais e novos negócios. Para isso é fundamental saber como a Web 2.0 influencia as decisões do cliente, pois os recursos de interatividade estão cada vez mais presentes no quotidiano das pessoas. As organizações têm de estar preparadas para garantir sua sobrevivência neste cenário e extrair dele uma vantagem competitiva.

Quando se fala da Web 2.0 pretende-se fazer referência não apenas a uma combinação de técnicas e tecnologias informáticas, mas também a um determinado período tecnológico, um conjunto de novas estratégias metodológicas, processos de comunicação mediados pelo computador. A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potenciam processos de trabalho coletivo, troca afetiva, produção e circulação de informações, construção social de conhecimento, apoiados pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (Carvalho, 2008). O impacto das redes sociais em dez áreas fundamentais da atividade humana: marketing e publicidade, comunicação social, empresas e negócios, sociedade, educação, política, saúde, cultura, lazer e religião (Gomes, 2011).

<sup>3</sup> AntonioRicardo.org - Arquivos da Tag: colaboração na web  
<http://antonioricardo.org/tag/colaboracao-na-web/> Acedido em 26/10/2013

### **2.2.1 Aplicações Web 2.0 e suas características**

Segundo Andersen (2007) descrever a Web 2.0 é ter como referência um grupo de tecnologias associadas a termos como: blogs, wikis, podcasts, RSS feeds, etc., que facilitam a conexão da sociedade à Web onde todos são capazes de publicar e editar informação.

O desenvolvimento das aplicações Web 2.0 está relacionado com a evolução e o progresso tecnológicos. As aplicações Web 2.0 usam um conjunto de tecnologias que as tornam mais interativas e sofisticadas, com interfaces mais rápidos e mais fáceis de utilizar, enriquecendo assim a experiência do utilizador.

Novas ferramentas permitem implementar um vasto leque de aplicações Web 2.0, particularmente aplicações para criação de redes sociais (Facebook, LinkedIn, Ning, Delicious, Hi5, Twitter, etc.) o que pressupõe um espaço comum de comunicação e de interação digital de um conjunto de pessoas com necessidades e interesses idênticos.

De acordo com (Mazman & Usluel, 2011), devemos avaliar as potencialidades de contextos espontâneos e informais que ocorrem na Internet, a aprendizagem informal em virtude da utilização generalizada de redes sociais, está a despertar grande atenção por parte dos utilizadores, podendo proporcionar várias vantagens no contexto educacional, como a personalização, a colaboração, a partilha de informação, a participação ativa e o trabalho colaborativo.

Como muitos conceitos relevantes, o conceito Web 2.0 não tem um limite rígido, mas sim, um núcleo gravitacional. Pode-se visualizar o conceito Web 2.0 como um conjunto de princípios e práticas que formam em conjunto um verdadeiro sistema solar de Web Sites que demonstram alguns ou todos esses princípios, a uma distância variável a partir desse núcleo (O'Reilly, 2005).

Mas o conceito distintivo da Web 2.0 – como se pode verificar no gráfico abaixo - é o conceito de conteúdos gerados pelo utilizador – o interveniente ativo de que falamos - que se contrapõe ao conceito de conteúdos gerados pelo produtor - em que o interveniente/utilizador era passivo - que caracterizava a Web 1.0.

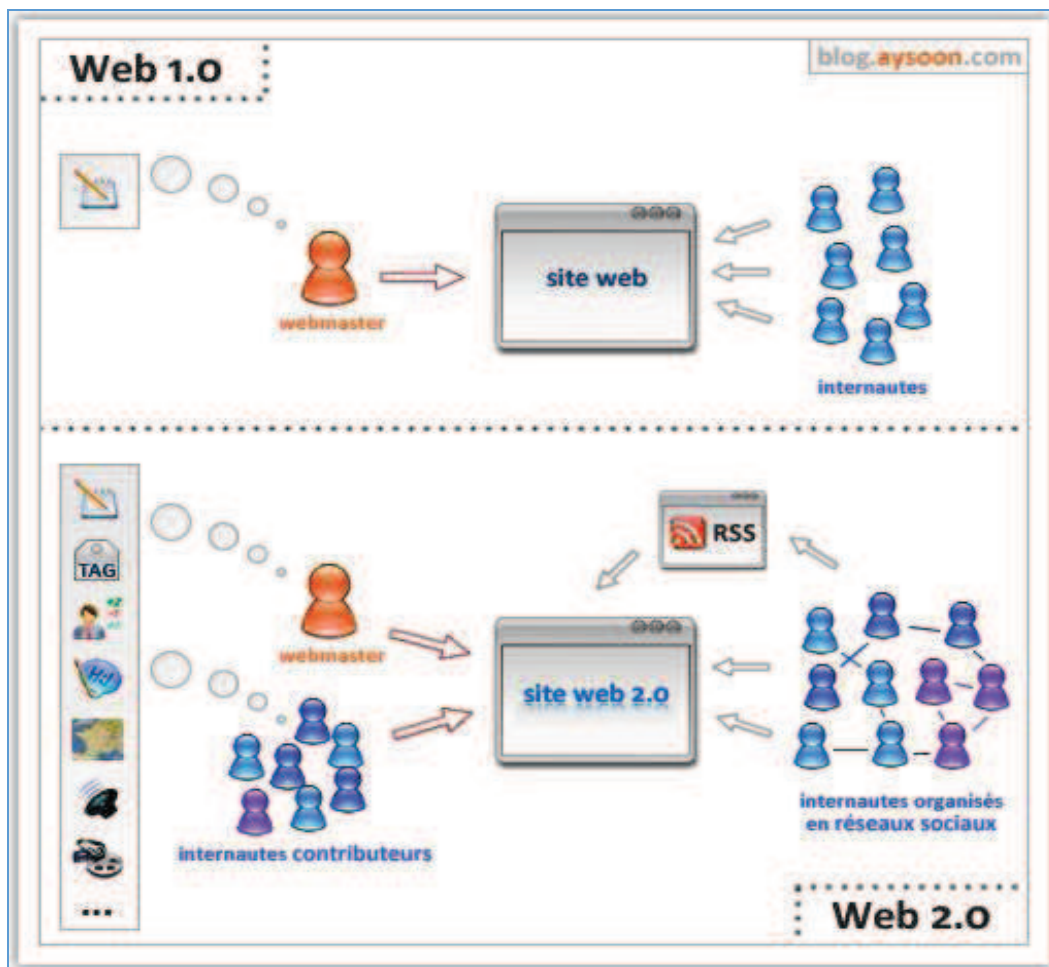


Figura 3: Diferença entre Web1.0 e Web 2.0<sup>4</sup>

Com a Web 2.0, a forma como as pessoas utilizam a Internet e interagem com os outros, com a informação e com o conhecimento, alterou-se totalmente. Os utilizadores deixaram de ser apenas consumidores de conteúdos e informação e passaram a ser ele próprios produtores de informação, criando conteúdos que partilham e que passam a fazer parte da informação e de conhecimento disponíveis na Web. O controlo dos processos e espaços deixou de ser apenas do domínio das corporações e instituições para passar a poder pertencer também aos “chamados” cidadãos digitais. Mais do que uma revolução tecnológica ela é uma revolução cultural e social.

<sup>4</sup> PAGI - LabMM 1/2012 Aula 2 - <http://pagi.wikidot.com/aula:labmm-112-aula02>. Acedido em 26/10/2013

## 2.3 Plataformas digitais

A palavra “Rede” tem origem na palavra Latina *rete* (-is) e é relativo a um conjunto entrelaçado de fios, cordas, arames, etc. unidos a intervalos regulares por malhas ou nós, dá origem a uma rede.

Segundo (Wasserman & Faust, 1994), existem várias abordagens à análise das Redes Sociais. Em termos intuitivos, numa rede social os nós são as pessoas, instituições ou grupos, enquanto as ligações ou conexões que estabelecem entre si serão os fios ou cordas que as ligam. Se se quiser representar graficamente uma rede social, os nós da rede representarão os indivíduos e as arestas as relações que elas mantêm entre si.

Este conceito de rede social, que não é novo, mantém-se válido quando nos referimos às ferramentas da web 2.0. De facto, na internet, uma rede social é uma ferramenta que permite formar comunidades, conectando pessoas que têm interesses ou objetivos semelhantes. Cada participante cria o seu próprio perfil e interage com os outros participantes da rede comunicando ou partilhando conteúdos (imagens, vídeos, músicas, textos, etc.). Essa comunidade, é ampliada sempre que, cada um dos seus elementos integra na sua lista, mais “amigos” ou “seguidores” que, assim, constituirão novos nós da rede. Deste modo se formam comunidades virtuais em que a interação ocorre no ciberespaço e a proximidade física não é um fator importante.



Figura 4: Interação entre utilizadores<sup>5</sup>

As redes sociais são os serviços mais utilizados atualmente como uma estrutura social composta por pessoas e/ou organizações, que interagem entre si, por meio de plataformas virtuais. Neste tipo de interações surgem vários tipos de relações que partilham

<sup>5</sup> Marcus Pessoa (2013). Marcus Pessoa. Página visitada em 21 de Outubro de 2013 <http://marcuspeessoa.com.br/o-perfil-e-as-preferencias-dos-brasileiros-nas-redes-sociais/>.

valores e objetivos comuns. As redes desenvolvem-se a cada contato que mantemos, contribuindo para a construção social do indivíduo e, quando vista pelas suas relações, podendo identificar coesões e similaridades, em ações coordenadas de indivíduos que agem como um único corpo social (Tomaél, 2007).

Os sites de redes sociais geralmente funcionam tendo como base os perfis de cada utilizador onde este inclui uma foto ou coleção de fotos e fala sobre o que gosta ou não gosta, os seus interesses, hábitos, escolaridade, profissão ou qualquer outro tipo de informação que considere interessante e ele queira compartilhar (Recuero, 2009).

Permitem um desenvolvimento extraordinário das comunicações, mesmo a nível empresarial. Verificamos que as empresas já não se contentam apenas com a sua apresentação através do seu *Website* e utilizam, cada dia mais, as redes sociais para exporem os seus produtos e aproximarem-se assim dos milhares de utilizadores.

O modo como nos relacionamos uns como os outros nas redes sociais, deixando um rasto, positivo ou negativo, nas plataformas digitais, faz com que o mundo esteja sujeito a uma ampla cobertura mediática, com milhares de utilizadores a participarem ativamente na vida política, económica e social do país. Exemplo flagrante disso é as grandes manifestações do mais variado tipo que, hoje em dia, são organizadas através das redes sociais. Segundo Recuero (2009) as plataformas digitais são fenómenos que têm vindo a provocar uma série de modificações no comportamento das pessoas, da sociedade como um todo e também nas organizações, pois são dinâmicas e influenciadas por processos sociais como o conflito, a competição, a adaptação, a auto-organização.

Segundo a Socialbakers (empresa checa que fornece o monitorização e ferramentas de monitorização para análise de redes sociais) os sites de redes sociais mais utilizados no mundo são: Facebook, Twitter, Youtube e Google+. É nessas redes que, com as nossas intervenções nelas, deixamos um grande quantidade dos nossos rastros sociais.

Cada vez mais os serviços das redes sociais são utilizados como formas de encontrar e estabelecer contatos comerciais e profissionais ou um simples interesse temático. Mas será que imaginamos a quantidade de informação que deixamos nas redes sociais?

### 2.3.1 Tipos de Redes Sociais na Internet

Segundo Recuero (2009) no seu livro *Redes Sociais na Internet*, há dois tipos de Redes Sociais: Redes Sociais Emergentes e Redes de Filiação ou Associativas.

Para caracterizar o surgimento deste tipo de redes sociais, podemos citar as interações sociais presentes nos comentários de uma web blog, os quais permitem a criação de laços dialógicos que, no decorrer do tempo, podem gerar laços mais fortes, fortalecendo a estrutura da rede ou muitos frágeis quando há excesso de individualismo na rede (Castells, 2004).

No Twitter e no Facebook, por exemplo, podemos ver essas redes presentes nos recados, publicações e comentários feitos, respetivamente, nos *scrapbooks* e nas linhas do tempo dos perfís.

As **Redes Emergentes** são assim definidas por poderem ser constantemente modificadas e reconstruídas através das trocas sociais. Apesar de serem comumente pequenas, devido ao comprometimento e ao tempo necessário para que as relações efetivamente se constituam por meio da troca de comentários, as topologias das Redes Emergentes mostram *clusters* (formados por um conjunto de computadores, que utilizam um tipo especial de sistema operativo classificado como um sistema distribuído) altamente conectados, formando grupos com grande quantidade de laços sociais entre os nós. Estas redes derivam das conexões estáticas entre os utilizadores, ou seja, das interações reativas, que possuem um impacto na rede social.

São redes forjadas através de mecanismos de filiação ou associação dos sites de redes sociais, tendo como exemplo as listas de amigos de Google + e do Facebook, ou a lista de pessoas que um utilizador segue no Twitter.

As **Redes de Filiação ou Associativas** podem ser muito grandes, muito maiores do que as redes sociais *offline*, uma vez que manter os laços ali estabelecidos não tem custo para os utilizadores.

Chama-se rede de dois modos porque são medidas duas variáveis: além dos utilizadores são observados os eventos. Cada um desses eventos é, ainda, um elemento de conexão de um conjunto de utilizadores. As redes de filiação seriam, assim, constituídas de dois tipos de nós: os utilizadores e os grupos. Esses nós se relacionariam por conexões de pertencimento.

Conhecer os tipos de rede é fundamental para se traçar uma estratégia de comunicação *On-line* eficaz ou não.

As redes sociais começaram a tomar novo rumo e passaram a ser criadas de acordo com a necessidade de cada utilizador ou grupos de utilizadores: para quem gosta de fotografia usa o *Flickr*; os artistas ou apreciadores da Arte usa o *DeviantArt*; para os amantes da fotografia existe o *MySpace* e os apreciadores do vídeo fica no YouTube. Paralelamente surgirem redes sociais procurando agregar utilizadores que se relacionem socialmente a diferentes níveis, pessoal e/ou profissional.

Em baixo seguem-se alguns exemplos de serviços das redes sociais (Tabela1), mais utilizados em 2013. No âmbito do estudo em questão vou analisar as seguintes plataformas que foram mais referenciadas no nosso estudo: *Website, Facebook, LinkedIn, Google+, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest, ask.fm, Tumblr, reddit* etc.

**Tabela 1: As 10 redes sociais com mais utilizadores em 2013**

Nome	Total utilizador	Utilizador ativo	Fundador	Posição Alexa Rank	Origem	Lançamento	Maior Público alvo
Facebook www.facebook.com	Mais de 1 bilhão e 300	720 milhões	Marck Zuckerberg	2º(Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2004	Américas, Europa e Ásia
Instagram www.instagram.com	Mais de 130 milhões		facebook(comprado em 2012)	39º(Pode sofrer oscilações)	Estado Unidos	2010	
Twitter www.twitter.com	Mais de 500 milhões	Mais de 288 milhões mensalmente	Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone	9º(Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2006	América do Sul e do Norte
Google + www.plus.google.com	Mais de 500 milhões	Mais de 343 milhões mensalmente	Google			2011	América e Europa
Pinterest www.pinterest.com	Mais de 70 milhões	Aproximadam ente 38 milhões		28º(Pode sofrer oscilações)	Inglaterra (hoje sediada no EUA)	2010	América do Norte e Europa
LinkedIn www.linkedin.com	Mais de 238 Milhões		Reid Hoffman, Allen Blue, Kostantin Guericke, Eric Ly e Jean-Luc Vailant	14º(Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2003	Américas, Europa e Oceania
Youtube www.youtube.com	Mais de 4 bilhões de vídeos são vistos diariamnete	Mais de 800 milhões	Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim (Google comprado em 2006)	3º (Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2005	Global (todos continentes)
ask.fm www.ask.fm	Aproximadamente 70 milhões	Cerca de 32 milhões mensais	Mark Terebin e Iija Terebin	141º(Pode sofrer oscilações)	Estados Federados da Mecronésia	2010	Américas, Ásia e Oceania
Tumblr www.tumblr.com	Mais de 350 milhões	Aproximadam ente 34 milhões	David Karp (Yahoo! comprado em 2013)	25º(Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2007	Américas, Europa e Ásia
reddit www.reddit.com	Aproximadamnete 90 Milhões		Steve Huffman, Alexis Ohanian e Yishan Wong	86º(Pode sofrer oscilações)	Estados Unidos	2005	América de Norte e Europa

FONT E: <http://www.seututorial.com/2013/11/10-maiores-redes-sociais-2013.html>

### 2.3.2 Website

O *website* é um conjunto de páginas web, isto é, de hipertextos acessíveis. Normalmente, resulta do trabalho de um único indivíduo ou entidade. Trata-se de um trabalho de um para muitos, típico da tendência criada pela web 1.0. Com a intertextualidade, ou seja, uma escrita não-linear que permite ao visualizador/leitor optar por vários caminhos. Trata-se de um termo criado, por Ted Nelson. Os *websites* utilizam, geralmente, linguagem *HTML*.

### 2.3.3 Facebook

*Facebook*<sup>6</sup> é um website de relacionamento social lançado a 4 de Fevereiro de 2004. Foi fundado por Mark Zuckerberg, um ex-estudante de Harvard e pelos seus colegas de quarto da faculdade, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Inicialmente, a adesão ao *Facebook* era restrita apenas aos estudantes do Harvard College. Posteriormente, expandiu-se a outras universidades. Eventualmente, pessoas com endereços de e-mail de universidades, ao redor do mundo, eram eleitas para aderir à rede. Em 27 de Fevereiro de 2006, o *Facebook* passou a aceitar também estudantes do secundário e algumas empresas. Desde 11 de Setembro de 2006, apenas os utilizadores com 13 anos de idade ou mais podem aderir. Os utilizadores podem juntar-se a uma ou mais redes, como um colégio, um local de trabalho ou uma região geográfica. De acordo com dados da consultoria, o número de utilizadores únicos do Facebook são de 7.012,9 milhões e os utilizadores gastam em média 405 minutos por mês. Com o crescimento da audiência, aumentou também o tempo de navegação no site e só não é líder em seis países: China, Japão, Coreia, Vietnam, Polónia e Rússia.<sup>7 8</sup>

Num estudo feito, por Internet World Statistics em 2012 sobre o uso de Facebook, constatou que Cabo Verde tem uma população de 523,568, com uma penetração de internet de (32%;167,542), em que Facebook tem 107,340 membros ativos (Statistics, 2012).

### 2.3.4 Twitter

O Twitter<sup>9</sup> foi fundado nos Estados Unidos em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone. Tinham sido responsáveis pela criação do Blogue e, trabalhavam na gigante Google como um projeto da empresa Odeo. É construído enquanto microblogging porque permite que sejam escritos pequenos textos de até 140 caracteres

---

<sup>6</sup> [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>7</sup> Viver & Saber (24 de fevereiro de 2012). FACEBOOK a maior rede social do mundo. Página visitada em 21 de Outubro de 2013.

<sup>8</sup> Isto é Dinheiro (18 de janeiro de 2012). *Facebook é a maior rede social do Brasil, atesta comScore*. Página visitada em 21 de Outubro de 2013.

[http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/76893\\_FACEBOOK+E+A+MAIOR+REDE+SOCIAL+DO+BRASIL+ATESTA+COMSCORE](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/76893_FACEBOOK+E+A+MAIOR+REDE+SOCIAL+DO+BRASIL+ATESTA+COMSCORE)

<sup>9</sup> <https://twitter.com/>

a partir da pergunta “O que você está fazendo?”. A ideia inicial dos fundadores era que o *Twitter* fosse uma espécie de “SMS da internet” em que o utilizador da rede social está “piando” pela internet, que era chamado *status*, mensagens direcionadas também são possíveis, a partir do uso da “@” antes do nome do destinatário<sup>10</sup>.(Recuero, 2009)

O *Twitter* é muito usado no mundo. De acordo com dados do Statistics Brain, estima-se que o sistema tenha tido apenas 182 milhões de visitas em 2012, dos quais apenas 555 milhões de utilizadores com a idade mínima de 13 e máximo de 55 ou mais, demorando no máximo 89 minutos<sup>11</sup>.

### 2.3.5 LinkedIn

*LinkedIn* foram fundados por Reid Hoffman, Allen Azul, Konstantin Guericke, Eric Ly e Jean-Luc Vaillant e foi lançada por co-fundador Reid Hoffman em Dezembro de 2002, e lançada a 5 de Maio de 2003, atualmente Reid Hoffman é o presidente não executivo, enquanto Jeff Weiner, antigo executivo da Yahoo! É o presidente executivo<sup>12</sup>

O *LinkedIn* é uma rede de negócios, utilizada essencialmente por profissionais, com o objetivo de permitir aos seus utilizadores ampliar a rede de contatos profissionais ou procurar emprego, mostra a progressão na carreira e permite criar um perfil rico em informação com a palavra-chave como definir objetivos e planear estratégias. Os utilizadores vão estabelecendo conexões entre si. Ao deixar o nosso rasto digital nesta rede social estamos a construir o nosso próprio currículo de uma forma positiva. O site está disponível em inglês, francês, alemão, italiano, português, espanhol, romano, russo, turco e japonês. O *LinkedIn* atualmente tem 150 milhões de utilizadores, como uma visita diária de 85,7 milhões, permanência média de 21 minutos<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> Wikipédia. (17 de Outubro 2013). Twitter. Página visitada em 21 de Outubro de 2013  
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<sup>11</sup> Ler Books (15 de fevereiro de 2012). FACEBOOK a maior rede social do mundo. Página visitada em 21 de Outubro de 2013 <http://lerebooks.wordpress.com/2012/05/15/redes-sociais-estatisticas-de-utilizacao-infografico/>

<sup>12</sup> linkedIn(20 Janeiro de 2014)LinkedIn.Página visitada em 20 janeiro de 2014  
<http://press.linkedin.com/about>

<sup>13</sup> Ler Books (15 de fevereiro de 2012). FACEBOOK a maior rede social do mundo. Página visitada em 21 de Outubro de 2013 <http://lerebooks.wordpress.com/2012/05/15/redes-sociais-estatisticas-de-utilizacao-infografico/>

### **2.3.6 Youtube**

Fundado em Fevereiro de 2005, o por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do *site* de comércio *on-line* PayPal. *YouTube* é o líder no sector de vídeos *On-line* e o principal destino dos internautas para assistir e partilhar vídeos originais, com todo o mundo. O *YouTube* permite que as pessoas enviem e partilhem facilmente vídeos no *YouTube.com* e na Internet por meio de sites, telemóveis, blogues e *e-mail*. Qualquer pessoa pode ver vídeos no *YouTube*.

*YouTube* tem mais de 4 bilhões de vídeo são vista diariamente com uma atividade mensal de 800 milhões. Aproximadamente 317 milhões de utilizadores ativos e com uma parceria de 1 milhão de marcas, em cada 6 de 10 utilizador da *internet* estão no *Youtube*<sup>14</sup>.

## **2.4 Panorama informático em Cabo Verde**

A tecnologia é um dos elementos básicos para a construção de uma sociedade moderna e também ela está à distância de um clique. Basta saber usar para ter sucesso. Como, por exemplo, utilizar da forma mais conveniente as redes sociais pois estas podem proporcionar melhores empregos, já que atualmente muitas empresas começam a usar a pegada digital de cada um como parte do currículo.

Segundo o estudo feito pelo Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação (MESCI), em 2012 estavam inscritos cerca de 11.800 alunos nas universidades Cabo-verdianas, enquanto um contingente adicional de 6.000 prosseguia estudo fora de Cabo Verde. As matrículas estão repartidas igualmente entre o ensino privado e público. Estes números mostram que nos últimos 10 anos houve uma grande expansão da frequência do ensino superior. Em 2000/2001 havia 717 estudantes, mas em 2010/2011 passou a haver 11769.

Cabo Verde, a nível do ensino, está num bom rumo e tem mostrado melhorias significativas, apesar do sistema educativo ter alguns problemas, como os referidos num estudo efetuado pelo MESCI. Segundo este estudo, há necessidade de promover a qualidade do ensino, principalmente no desenvolvimento de competências académicas dos professores, porque há um grande número com licenciatura mas que não têm formação suficiente para o ensino. Para colmatar esse falha a Universidade de Cabo Verde (Uni-

---

<sup>14</sup> Seu Tutorial (2013) Pagina visitada em 27 de Janeiro de 2014.  
<http://www.seutorial.com/2013/11/10-maiores-redes-sociais-2013.html>

CV) oferece cursos de curta duração e, além disso, diversas parcerias internacionais com instituições estrangeiras do ensino superior que também estão a ajudar a construir um ensino de mais qualidade.

No que diz respeito aos alunos, a Uni-CV promove a sua auto-avaliação, para observar os seus pontos fracos e fortes. Os estudantes provenientes do ensino secundário apresentam boas notas em biologia e geografia mas, nas disciplinas português, inglês, matemática e física, já as notas são fracas. No ensino superior a avaliação é baseada numa boa memorização de respostas imediatas a perguntas específicas. Embora alguns professores adotem outros métodos com particular ênfase no pensamento analítico e na capacidade de resolver seus problemas, tal não são ainda uma prática corrente.

#### **2.4.1 Tecnologias em Cabo Verde**

Cabo Verde está a conhecer uma rápida transformação no panorama das Tecnologias de Informação e Comunicação. O Governo de Cabo Verde tem feito um enorme esforço para que o acesso às novas tecnologias possa chegar a todos os Cabo-verdianos e prevê que Cabo Verde venha a tornar-se numa “ilha cibernética” durante os próximos anos, utilizando essa capacidade para a expansão do seu envolvimento na oferta de serviços financeiros e terciarização da economia.

Para este efeito, a Cabo Verde Telecom já ligou todas as ilhas por cabo de fibra ótica e o acesso telefónico está garantido a todas as comunidades com um mínimo de 200 habitantes. Além disso, o país é servido por dois cabos submarinos internacionais que facilitam a comunicação global e o acesso à Internet como mostra (*Figura5*)



**Figura 5: Rota do cabo submarino de fibra ótica de Cabo Verde**

Em 2003, dando mais um passo no sentido da modernidade, foi criado, por resolução do Conselho de Ministros, o Núcleo Operacional da Sociedade de Informação (NOSI), como unidade operacional da Comissão Interministerial para a Inovação e Sociedade de Informação. O NOSI tinha como missão propor e executar medidas de política nas áreas da inovação, da sociedade de informação e da governação eletrónica e como objetivos principais:

- Definição de uma visão estratégica global que associe os principais desafios da sociedade cabo-verdiana ao desenvolvimento da sociedade de informação.
- Políticas visando a generalização do acesso à Internet, indispensável para o lançamento da economia de conhecimento.
- Desenvolvimento da Internet, suportada pela implementação de novas tecnologias de rede, pela transmissão de dados em altos débitos e por uma visão de convergência de serviços digitais.
- Impulsionar as atividades económicas através do surgimento de novos serviços, aplicações e conteúdos para criar novos mercados, reduzir custos e aumentar a produtividade.
- Governação eletrónica como oportunidade para desencadear o processo de transformação das estruturas organizacionais do Estado e para a modernização da

Administração Pública, para melhorar os serviços prestados aos cidadãos, redução dos custos de funcionamento do Estado e criação de valor na economia promovendo oportunidades de novos negócios.

Nessa perspetiva foram definidas as suas áreas de intervenção ambiente negócios, atendimento, educação, identificação, educação, infra-estrutura e saúde e segurança social.

Na sequência do seu trabalho e visando alcançar os objetivos traçados o NOSI levou a cabo as seguintes ações:

- Em 2002 o Sistema Integrado de Gestão Orçamental e Financeira do Estado (SIGOF), que permitiu, através da integração, agregação funcional, orgânica e tecnológica uma considerável melhoria na gestão financeira do Estado,

- Em 2005 o Plano Estratégico para a Sociedade de Informação (PESI) que estabelece as políticas de desenvolvimento para a Sociedade de Informação.

- Em 2005 o Plano de Ação para a Governação Eletrónica (PAGE), que detalha o conteúdo do Pilar 2 do PESI, materializa os projetos, ações e prioridades de atuação as ações e projetos, assim como o respetivo calendário de execução, com vista a promover a concertação de esforços e de recursos em torno das prioridades identificadas. O PAGE está estruturado em seis eixos:

1. Serviços Públicos Interativos;
2. Democracia Eletrónica;
3. Administração Pública Eficiente;
4. Saúde para Todos;
5. Qualificação dos Recursos Humanos da Administração Pública;
6. Capacidade Tecnológica.

- Em 2006 o Sistema de Informação para a Saúde (SIS), constituído por um conjunto de módulos informáticos de apoio à gestão hospitalar que permitem monitorar o estado da saúde da população e aprimorar o funcionamento das instituições do sector.

- Foi lançado o projeto “*Konekta!*” Pontos de acesso livre ao conhecimento - para tornar possível aceder de forma gratuita à Internet através do sistema *wireless* (sem fios) em todas as praças do país.

- Em 2009 o Sistema de Informação e Gestão Escolar (SIGE).

- Em 2009 foi lançado o programa “*Mundu Novu*” com o objetivo da modernização do Ensino.

## 2.4.2 P.E.S.I.-Plano estratégico para a Sociedade da Informação

O Programa Estratégico para a Sociedade da Informação (PESI) descreve a estratégia para o desenvolvimento da Sociedade da Informação em Cabo Verde. É a principal ferramenta de planeamento estratégico e execução operacional das políticas para a Sociedade da Informação.

Pretende mobilizar recursos nacionais e internacionais necessários, reunir as energias positivas e cooperativas a todos os níveis de governo central e local, públicos e privados, residentes e não-residentes, cruciais para o sucesso da construção de uma Sociedade da Informação.



Figura 6: O Programa Estratégico para a Sociedade da Informação (PESI)

Conforme se pode verificar pelo (Figura 6) anterior, a abordagem conceptual de suporte a este plano assenta na definição de cinco temas de desenvolvimento de Cabo Verde, baseados em sete vertentes primordiais de atuação e em nove pilares fundamentais de intervenção na Sociedade (cinco de conteúdo e quatro de contexto).

Cada pilar dará lugar a intervenções concretas materializadas em ações e medidas calendarizadas que podemos detalhar da seguinte forma:

**Pilar 1 – Acessibilidade para Todos** – pretende massificar os serviços de informação e comunicação, promover a acessibilidade ao menor custo, fomentar a coesão digital e estimular a presença universal.

**Pilar 2 – Uma Governação Mais Próxima dos Cidadãos** – pretende dotar a administração pública de infra-estruturas tecnológicas de forma a torná-la mais eficiente e melhorar a prestação dos serviços públicos.

**Pilar 3 – Novas Oportunidades Económicas** – tem como objetivo melhorar a competitividade das empresas através da introdução das TIC nos processos de trabalho, da exploração do potencial dos negócios eletrónicos e da criação de novas empresas de tecnologias de informação e comunicação.

**Pilar 4 – Incremento da Qualidade de Vida** – o objetivo é incrementar a qualidade de vida das populações e controlar os focos de pobreza através da implementação de um conjunto de medidas de melhoria nas áreas da segurança alimentar, do ambiente e ordenamento do território, e do papel da mulher na sociedade.

**Pilar 5 – Capacitar para Inovar** – a intenção é investir na aprendizagem de novas competências em TIC em todo o ciclo formativo, na escola, no ensino superior e ao longo da vida.

**Pilar 6 – Um Contexto Estimulante** – pretende dotar o país de um ambiente propício e estimulante, através da clarificação de políticas de intervenção, reforço da capacidade de regulação, modernização da legislação e criação de incentivos fiscais.

**Pilar 7 – Liderança na Ação** – o objetivo é definir estratégias claras para a coordenação operacional das políticas e dos projetos de desenvolvimento da Sociedade da Informação em Cabo Verde.

**Pilar 8 – Investir para Crescer** – é o pilar para a mobilização de parcerias, recursos e financiamentos para a sustentabilidade da Sociedade de Informação.

**Pilar 9 – Medir para Desenvolver** – pretende criar um Observatório para a Sociedade da Informação com capacidade para medir, monitorizar e avaliar o alcance dos objetivos estratégicos do PESI.

### **2.4.3 Mundu Novu**

A nível do ensino, em 2009, o governo de Cabo Verde lançou o programa “*Mundu Novu*”. Através desse programa pretendia-se a modernização do processo de ensino através da utilização das tecnologias de informação e comunicação, criando um novo paradigma de ensino interativo e melhorar a qualidade do ensino e da aprendizagem, aumentar significativamente o nível de conhecimento dos cabo-verdianos, tornar Cabo Verde mais competitivo na economia global e promover a equidade social na Sociedade da Informação. Esse programa assentava em seis grandes pilares ou eixos:

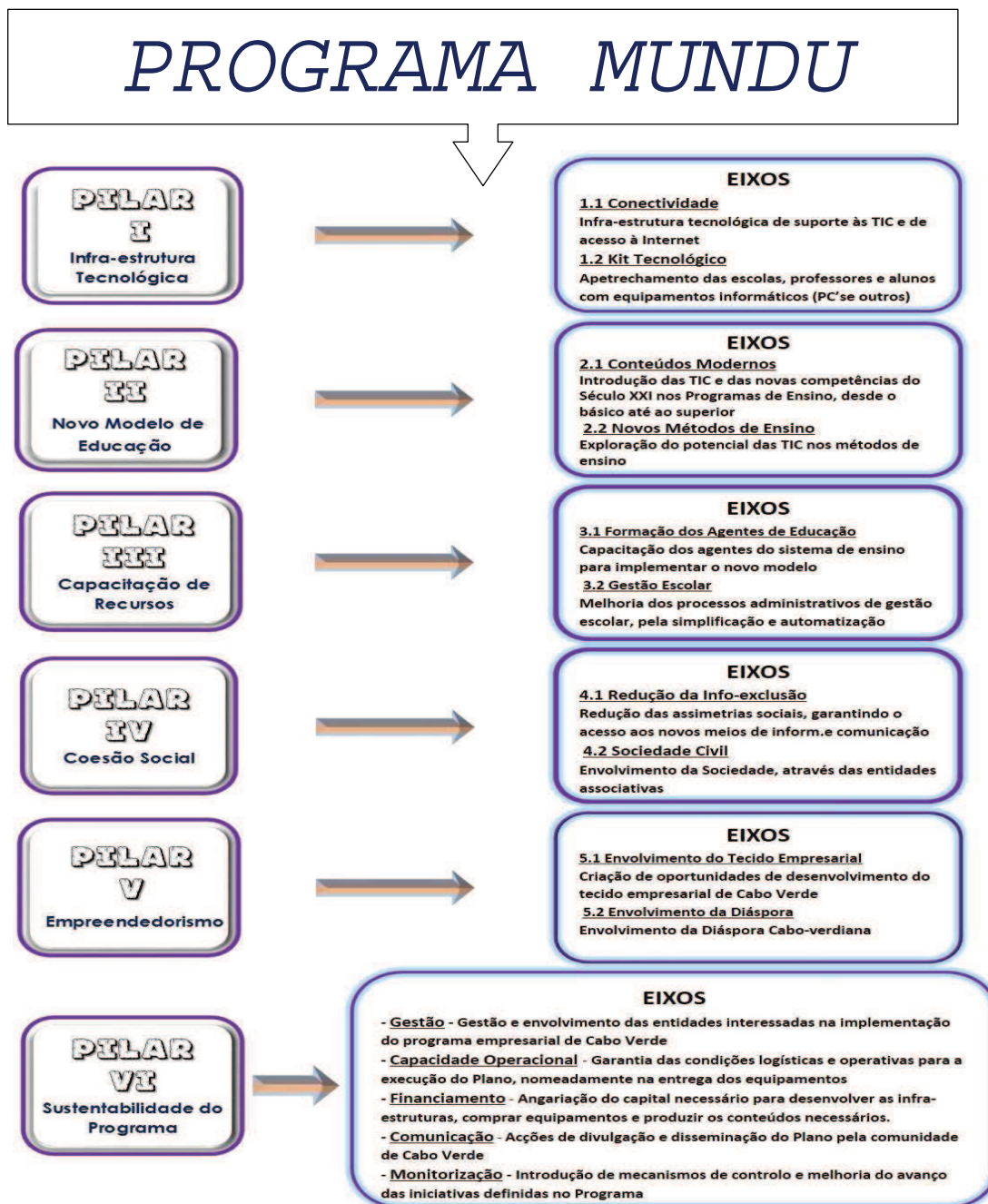


Figura 7: Programa “Mundu Novo”

Para concretizar cada um dos eixos acima referidos, o programa propõe diversas iniciativas conforme (Figura 8):

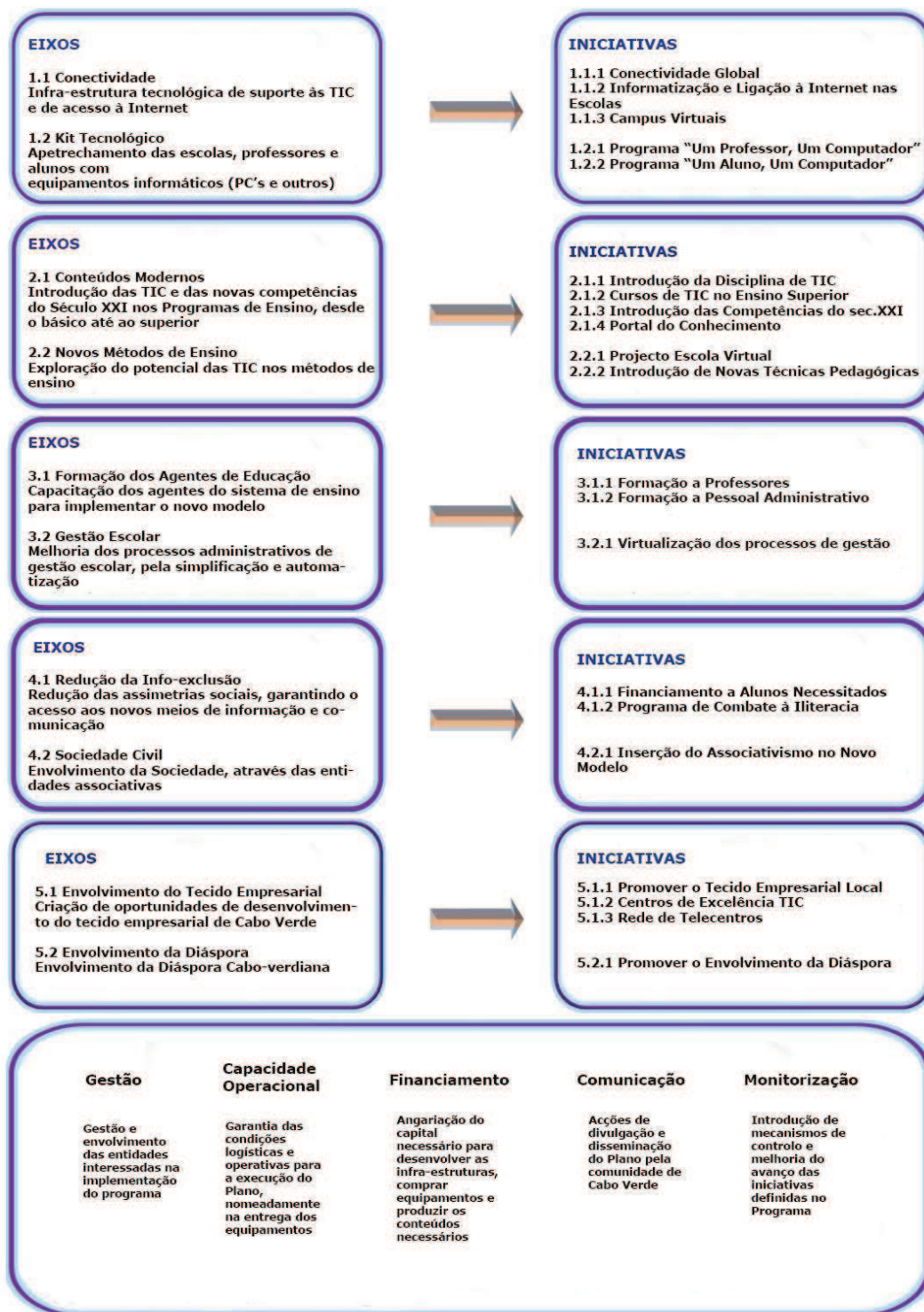


Figura 8: Eixos Projeto "Mundo Novo"

Este programa era composto de três fases: de Março a Setembro de 2009 – Definição estratégica e piloto; de Setembro/2009 a Setembro /2011 – Professores e suporte; de Setembro/2011 a Setembro/2014 – Ensino Interativo 1.1.

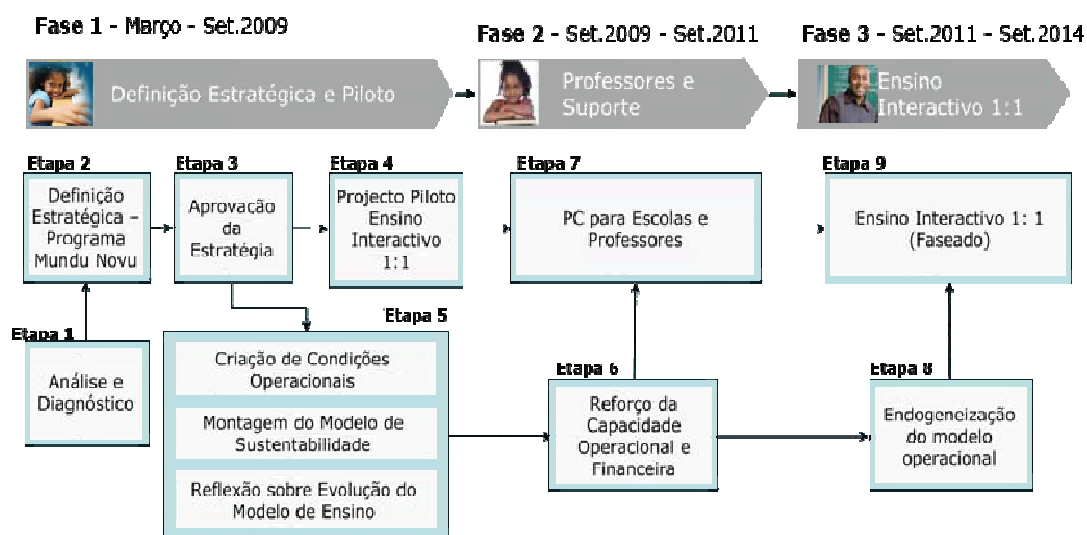


Figura 9: Etapas projeto “Mundo Novo”

Na sequência desse programa e numa forma faseada todas as escolas secundárias receberam computadores e foram equipadas com laboratórios de informática.

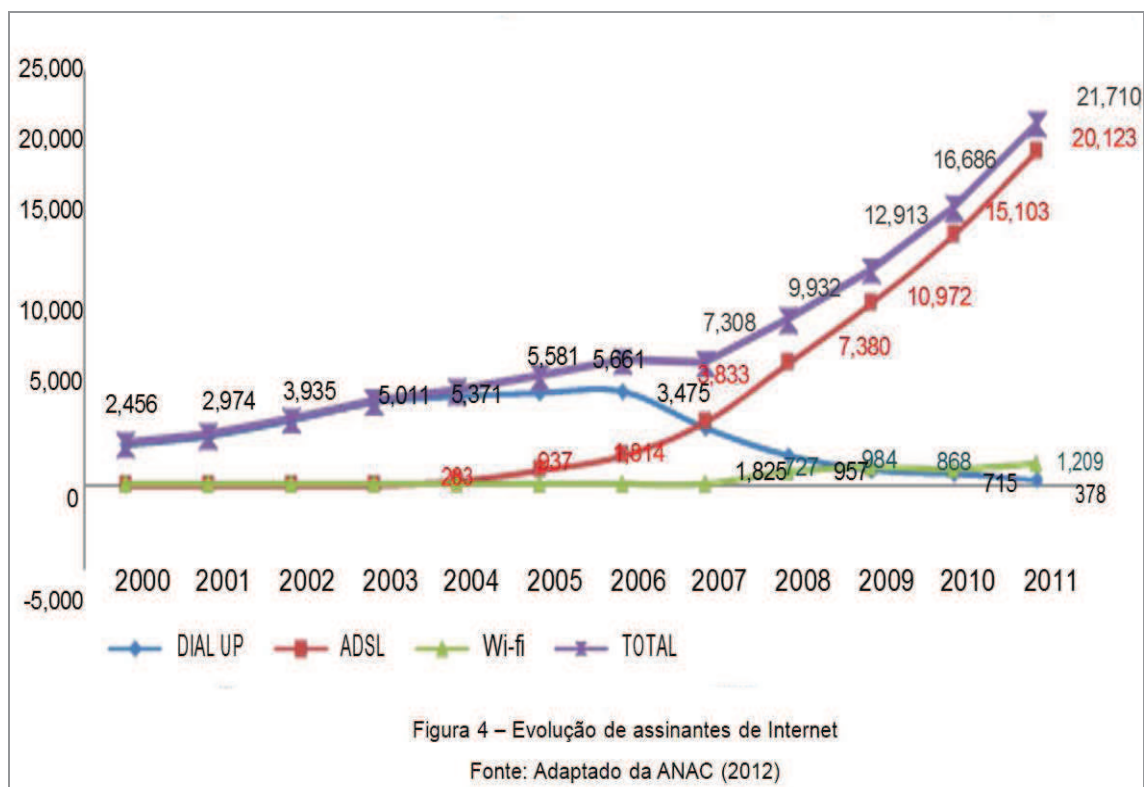
Ao abrigo do projecto "*Konekta!*" – Pontos de acesso livre ao Conhecimento - passou também a ser possível o acesso à internet através de rede *wireless* em quase todas as praças do País.

Relativamente ao ensino superior já se notam as diferenças, porque todas as universidades têm organizado programas que permitem aos estudantes adquirir os seus próprios computadores a baixo custo. A Uni-Cv dispõe de três laboratórios de informática com 20 computadores em cada um e proporciona a conectividade *wifi* nos campos do Palmarejo.

Com todo esse desenvolvimento, as tecnologias em Cabo Verde estão tomar um novo rumo e com isso torna-se necessário aprender a usar sem riscos as plataformas das redes sociais.

O programa "*Mundu Novu*" não se resume apenas a um novo paradigma de ensino, à distribuição de computadores e criação de condições tecnológicas para que os alunos e professores possam ter acesso, via internet, à informação e ao conhecimento. Através do programa "*Mundu Novu*" pretende-se alcançar uma maior abrangência do que apenas a do sistema educativo. Espera-se que, com a sua concretização, se obtenha um forte impacto no desenvolvimento das pessoas e das suas competências, no fomento da competitividade e do modelo de desenvolvimento do país e ainda na redução das assimetrias sociais e da infoexclusão.

Como consequência de todas essas medidas, Cabo Verde tem vindo a registar um aumento considerável da taxa de penetração do uso da Internet, conforme se pode comprovar no gráfico seguinte (Anac, 2011).



**Figura 10: Taxa de penetração do uso da Internet<sup>15</sup>**

Ao nível de percentagem passou de 1.6% em 2000 para 20% em 2008. De 2011 para 2012, com um aumento de 2.7%, a taxa de penetração da Internet em Cabo Verde passou para 34,7%, sendo que a tendência é cada vez mais crescente e no final deste ano a percentagem já estará bem superior (A Semana, 2013).

A nível dos países Africanos que têm com língua oficial o português, depois de Cabo Verde (34.7%), seguem-se Angola (16.9%), Moçambique (4.8%), Guiné-Bissau (2.9%).

Como país insular, com uma diáspora que ascende a 500 mil pessoas, Cabo Verde não só está a investir mais esforços e fundos no desenvolvimento da Sociedade de Informação como espera que este sector reforce a coesão nacional e contribua, decisivamente, para a construção de uma Nação cabo-verdiana global.

<sup>15</sup><http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/bitstream/10961/1984/1/Compendio%20estatistico%202011.pdf>

## **CAPITULO 3      VIVER NA SOCIEDADE INFORMAÇÃO**

Ao longo deste trabalho foram-se desenhando os contornos daquilo a que se chama chama-se “slogan” porque os fluxos mais importantes não são os de materiais, de energia, ou económicos, mas sim os de informação, que adquire o estatuto de um bem transacionável.

O desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação por meio de fibra ótica, conjugado com recurso a meios informáticos, propiciou o advento daquilo a que se chama a sociedade da informação. Estes avanços técnicos são a base das estruturas de comunicação, dentro do movimento geral da globalização (Ascensão et al., 1999).

Hoje, a comunicação de imagens, som, ideias é mais fácil e rápida do que em qualquer outro momento da história. O futuro reserva-nos ainda um maior incremento das tecnologias que permitirão o acesso direto e imediato a serviços de telecomunicações globais, proporcionando a possibilidade de, em qualquer momento, ouvir música clássica ou moderna, ou assistir a um filme escolhido a partir da sala de estar de cada um.

O videofone será uma realidade tão banal quando os atuais telefones e as videoconferências permitirão aos utilizadores reorganizar a sua pegada deixada na rede. Esta nova sociedade da informação não acaba aqui. São infindáveis as potencialidades de desenvolvimento e criação artística, bem como da modificação de obras já existentes. A associação das autoestradas da informação a grandes bases de dados permite que a informação seja universal e disponível em tempo, quantidade e mesmo qualidade há poucos anos inimagináveis (Ascensão et al, 1999).

### ***3.1 Convergência real virtual***

A evolução da identidade é uma realidade. Num nível tecnológico, a informação torna-se mais fácil de coletar, armazenar, trocar e processar. Como consequência, novas

formas de identidades irão aparecer. Elas não estão necessariamente relacionadas com os nossos nomes.

A evolução identidade já está a fazer parte de nossas vidas diárias. As pessoas estão ansiosas por compartilhar informações com seus "amigos" em redes sociais como o Facebook, em salas de bate-papo ou no Second Life. A videovigilância está a tornar-se a regra. Na sociedade da informação, a nossa identidade (parcial) transforma-se em máscaras ilusórias que escolhemos ou que são atribuídos na interação e na comunicação uns com os outros. Direitos, deveres e responsabilidades, mesmo reputação estão cada vez mais associadas a estas máscaras. Por um lado, elas são a chave para o acesso a informação restrita e a utilização de serviços. Por outro, no caso de uma fraude ou reputação negativa, o proprietário de tal máscara pode ser penalizado: as portas permanecem fechadas, o acesso aos serviços é negado. Daí o atual crescimento preocupante de representação de identidade, crimes relacionados ao roubo de identidade e outros (Jaquet-Chiffelle., 2009).

A convergência da evolução social e das tecnologias de informação criou uma nova base material para o desenvolvimento para o conhecimento de atividades em toda a estrutura social que define os processos predominantes, dando forma à própria estrutura social (Castells, 2000).

### **3.2 *Identidade Online***

O processo tem início desde a existência do ser humano na face da terra. "O sexo, a raça, a cultura, a localização e os laços familiares constituem os alicerces da nossa identidade e da forma como somos perspetivados pelo mundo que nos rodeia e no qual vivemos.

Se recuarmos alguns séculos, podemos facilmente identificar um paralelo de oposição entre a era atual e a Idade Média. Nesta era a igreja que controlava todos os setores, incluindo a vida privada, os lucros, a divisão do trabalho e a identidade que as pessoas deveriam exercer durante a vida. Hoje vivemos um momento em que as instituições já não exercem essa atuação centralizadora e controladora. Também observamos que através da internet e do que Castells (2010) chama de sociedade em rede, o que existe na verdade é uma descentralização do poder: através das redes podemos identificar diversos centros de poder onde as pessoas se agrupam, por interesse ou por qualquer outro motivo. Também vivemos um momento em que a Cultura de

Massa está permanentemente a reinventar-se, exatamente porque o modelo de centralização unificada não tem funcionado como antes.

Identidade On-line por sua vez não é mais do que a identidade social de um dado utilizador na internet. Esta identidade é estabelecida em contextos sociais como, entre outros, fóruns, serviços de mensagens, redes sociais, jogos *multiplayer*, etc. Pode em certos casos coincidir com a identidade *offline* da pessoa mas também pode ser anónima. A representação imagética da pessoa poderá refletir essa mesma escolha através de uma foto do eu *offline* ou através de avatares que representem a identidade criada. E, claro, se uma pessoa pode criar uma identidade alternativa à sua identidade *offline* pode criar duas ou mais. A título de exemplo, pode-se criar uma identidade focada na carreira profissional e outra direcionada para o lazer, evitando assim situações constrangedoras. Incluído na identidade *On-line* estão também questões de segurança - privacidade (pegada digital), aspetos legais e direitos de autor - sistemas de recomendação/reputação (ex. vendedores na Amazon), autenticidade, entre outras. Em suma, identidade *on-line* trata a representação do eu como indivíduo em contexto *On-line* assim como a sua interacção nesse mesmo contexto.

Identidade *On-line* é uma construção que evoluiu tecnicamente e culturalmente ao longo dos últimos 15 anos (Warburton, 2008). Este processo de construção da identidade é contínuo e, eventualmente, passa a desenvolver-se através das nossas respostas e reações face às experiências e estímulos que temos ao longo da vida" (Neves, 2011: 32).

O indivíduo poderá recorrer a diferentes plataformas de rede social, para criar espaços que reflitam diferentes facetas da sua identidade. Consoante o seu envolvimento no mundo virtual, poderá sentir a necessidade de construir uma presença mais consistente e que reflita a sua identidade como um todo. Com a consciência que está protegido pelo anonimato, enquanto visitante (Aresta, 2011).

Como visitante (White, 2008), a adoção de diferentes contas de *e-mail* ou mesmo a criação de diferentes identidades (pela utilização de alianças, *nicks*, avatares, histórias de percurso de vida) é algo quase natural: protegido pelo anonimato, o indivíduo pode explorar os diferentes ambientes, interagir com a comunidade, emitir opiniões ou participar em discussões sem receio de que a identidade que está a construir na rede tenha repercussões ou seja associada à sua identidade física.

Alguns autores defendem que ao criar essa identidade o indivíduo está a construir uma "máscara" de si próprio revelando, através dessa máscara, apenas

algumas das coisas da pessoa que está por trás dela. A máscara *On-line* não revela na totalidade a identidade real da pessoa e isso permite que o indivíduo possa criar um escudo de segurança. Permite inclusivamente que, por medo, insegurança, falta de auto-estima ou até mesmo vergonha, que se possa escolher uma identidade completamente falsa. Ao entrar, através da tela do computador num outro mundo, o sujeito suspende a sua identidade real. A nova identidade — sugerida pela adoção da máscara — sente-se liberta para atuar, distante do esmagamento das convenções sociais. À impressão libertadora soma-se uma produção narrativa, por vezes sedutora, que preenche o lugar da imaginação e da inventividade, excluídas do quotidiano<sup>16</sup>.

Não estamos habituados à forma de pensar a identidade como sendo uma identidade emergente. Preferimos pensar que somos nós os construtores da nossa própria identidade, através das nossas ações dentro do nosso ambiente escolhido (Cardozo & Burns, 2005).

A identidade assume-se nas questões relacionadas com a identificação, em documentos como o passaporte, carta de condução ou qualquer outro tipo de documento cujo intuito seja identificar a identidade do indivíduo, ou ainda, do ponto de vista tecnológico, explorando mecanismos como os de autenticação, identificadores e outros meios de comprovar a identidade em contexto *On-line* (Hagite, 2012).

Quando começamos a envolver-nos num mundo digital para nos podermos afirmar num determinado grupo temos que associar a nossa identidade de acordo com o grupo em que estamos inseridos em tudo que publicamos e partilhamos (Childs, 2011), quando referimos a plataformas digitais (*Second Life*) – e apesar da flexibilidade característica da identidade nos mundos digitais – existe uma pressão social para que os indivíduos mantenham uma “identidade primária” estável, necessária à construção e manutenção de redes de pessoas e comunidades. O autor defende ainda que a persistência da identidade permite não apenas a identificação pelo sistema (*software*) como também para que os indivíduos sejam reconhecidos pelos seus pares nos mundos virtuais.

O nosso perfil no mundo digital quase sempre é semelhante ao perfil no mundo real. A identidade do indivíduo não é composta apenas pela imagem ou representação que este tem de si próprio e os aspetos ou características que seleciona para se dar a conhecer ao outro: num ambiente em que a presença é construída através dos conteúdos

---

<sup>16</sup> <http://souzaesilva.com/projects/webdesign/sitepos/revista/Raquel.htm>

publicados, a identidade ultrapassa a auto-imagem dos indivíduos e estende-se à interpretação, pelo outro, desses conteúdos e à própria interação realizada na rede. (Aresta, 2011)

Hoje é praticamente impossível mantermo-nos à margem da vida digital e à produção de uma identidade *Online*. O seu efeito foi aumentar maciçamente a visibilidade de identidades digitais e mudar a sua construção fora do controle de qualquer pessoa.

Permutas de identidade devem ser simples e de código aberto - hoje existem padrões concorrentes e abordagens para gerenciar as identidade de coexistirem. Assim, a troca de dados pessoais e portabilidade entre diferentes infra-estruturas e sistemas tecnológicos continua a ser um dos principais desafios para todos.

Habitados a replicar nos ambientes digitais os comportamentos e atitudes que adotam no mundo físico, os indivíduos transportam muitas vezes para a rede a divisão entre o público e o privado, o pessoal e o social, situação que poderá colocar alguns problemas ao nível da gestão da identidade e da construção de uma reputação *On-line* (Warburton, 2008).

Esse facto tem levado a que se comece a falar inclusivamente de um novo conceito – o da esquizofrenia digital.

A esquizofrenia digital é um termo inspirado na medicina para representar uma forma de fragmentação de identidade que as pessoas apresentam em ambientes digitais. Não se refere somente ao fato de uma mesma pessoa utilizar diversos perfis em ferramentas distintas ou utilizar algumas ferramentas para determinados fins – como o trabalho, enquanto utiliza outra para fins de lazer, por exemplo. A esquizofrenia digital está mais relacionada à construção de um simulacro do “eu” e dos significados que o indivíduo deseja atribuir ao perfil do que necessariamente ao uso que é feito da ferramenta. Esse recorte de estudo, é, portanto, uma das formas de se analisar como a identidade se constrói e se manifesta nos dias de hoje.

Os estudiosos da pós-modernidade, como Zygmunt Bauman, Manuel Castells e Stuart Hall concordam que a identidade se tornou um dos temas centrais na pós-modernidade, principalmente porque as mudanças sociais, políticas e económicas que o advento da internet proporcionou na nossa era foram impactantes o bastante para alterar, não somente o quotidiano das pessoas através da tecnologia, mas também para transformar os modos de interação e a própria noção de identidade em praticamente todos os povos e em todas as partes do globo (Pavão, 2011).

Em 2004 foi criada a Agência Europeia para a Segurança das Redes e da Informação (ENISA) a fim de garantir aos utilizadores o mais elevado nível de segurança e no sentido de evitar a descontrolada agregação dossier digital e as ameaças relacionadas com a reputação, como roubo de identidade, violações de privacidade, manipulação de dados e controle de informações pessoais.

Com a crescente utilização da *Internet* para a aprendizagem informal e com o aprender agora situado em múltiplos espaços, não mais apenas institucionalmente determinados, é esperado que os alunos possam evoluir em vários âmbitos de aprendizagem e que a sua identidade *Online*, seja a ponte entre eles e o lugar de aprendizagem e o mercado de trabalho (Costa & Torres, 2011).

### **3.2.1 Identidade e interação na Internet**

A fim de manter a ideia tradicional de uma forte ligação entre uma identidade e uma entidade específica ao descrever novas formas de identidades, propomos a introdução de uma camada abstrata que cria um engano entre as identidades e as entidades físicas correspondentes. Entidades nesta camada resumo serão chamadas "entidades virtuais". A entidade virtual corresponde a uma abstração, uma percepção, um pensamento, um conceito ou uma ilusão. Entidades físicas pertencem ao mundo físico. Entidades virtuais pertencem ao mundo virtual (Nabeth, 2006).

O que constituem o conceito de identidade e interação na internet as dimensões que se revelam pertinente para a percepção da pegada digital que passa em primeiro lugar pelo que deixamos na rede são as seguintes:

Dimensão pessoal – reúne as características que definem quem é o indivíduo na formulação que ele faz de si próprio.

Dimensão interpessoal – engloba os elementos que caracterizam o indivíduo na relação social que estabelece com os outros, ou seja, através das impressões que “transmite” e “emite” (na perspectiva de Goffman).

Dimensão profissional – diz respeito às características que distinguem o indivíduo na relação profissional que mantém com outros indivíduos, representando determinado papel (mais uma vez, à semelhança da abordagem de Goffman).

### 3.3 *Gestão de identidade On-line*

Quando um utilizador entra no perfil do outro nas redes sociais, geralmente procura informações sobre ele, porque essas informações podem ajudar a quem procura saber qual é a melhor forma de agir para tirar o máximo de informações (Goffman, 1959). Isso acontece pelo fato de todos os utilizadores tentarem passar uma boa impressão perante os outros numa perspectiva de passar uma boa impressão para poderem ser aceites (Miller, 1995).

Os utilizadores da internet tornaram-se confiantes com a ideia da autoria e publicação de conteúdos *online*, mas ainda não se tornaram, também, mais conscientes das informações que permanecem ligadas ao seu nome e da vasta gama de dados que compõem a "informação pessoal" na era da média online. São quase impossíveis de quantificar ou, ordenadamente definir, nome, endereço, número de telefone e são apenas o básico num mundo onde voluntariamente publicar conteúdos pessoais, tais como texto, fotos e vídeo se tornou um marco de pertença na era da Web participativa. (Mary Madden, Susannah Fox, Pew Internet e American Life Project, 2007).

A maioria dos utilizadores da internet não tem a certeza de quais as informações pessoais que estão disponíveis *online*.

- Cerca de um terço dos utilizadores da internet dizem que as informações que estão disponíveis *On-line* são: o seu endereço de *e-mail*, endereço de residência, número de telefone de casa ou do empregado. Um quarto a um terço dos utilizadores de internet diz que não sabe se esses dados estão disponíveis *online*.
- Um quarto dos utilizadores da internet diz e tem consciência que uma foto, nomes de grupos aos quais pertencem ou coisas que eles escreveram que têm o seu nome, aparecem *online*.
- Poucos utilizadores de internet dizem que a sua filiação política, número de telefone, ou vídeos deles aparecem *online*.

Em entrevistas com a *Pew Internet Project*, defensores da privacidade e pesquisadores profissionais argumentam que muitos desses dados disponíveis são de fato sobre a maioria das pessoas, seja na *Web* ou acessíveis em determinadas bases de dados *online*.

### 3.3.1 Tipos de identidade digital

De acordo com os 10 anos de Fóruns da Arrábida o direito á privacidade não iliba da responsabilidade sobre a identidade digita(Coelho et al., 2012)l.

No campo da evolução previsível é também possível considerar cinco tipos de identidade digital, consoante o contexto e o género de informação que fornecem: a relativa ao cidadão, atribuída pelo estado e que inclui os dados de identificação presentes no Bilhete de Identidade; aquela relacionada com as transações *online*, normalmente outorgada financeiramente e onde se inclui os dados necessários para realização de compras da internet; a profissional, adjudicada pela entidade empregadora e que transporta informação necessária para utilização da internet nas relações profissionais; a pessoa, disponibilizada pelo próprio e que integra a informação que cada cidadão considera suficiente para terceiros o identificar *online*; e por último, a de *browsing* que inclui informação o mais reduzida possível para navegar na Internet(Coelho et al., 2012)

Hoje em dia também se coloca cada vez mais a questão das identidades múltiplas, ou seja, cada pessoa tem ou pode ter várias identidades. Isso acontece porque há necessidade de autenticação da identidade real ou como fator de resistência à violação da privacidade, nomeadamente o recurso aos pseudónimos num chat ou num blog, num comentário On-line de modo de preservar algum nível de anonimato (Coelho et al., 2012).

Neste ponto importa distinguir claramente entre a identidade digital que atribui ao cidadão – e que se prende maioritariamente com fatores de identificação - em contraposição à identidade digital que é possível construir.

### 3.4 Gestão da reputação On-line

Reputação, portanto, está muito além da mera verdade, a origem da palavra veio do latim “*putus*” que significa pureza. Reputação é manter a consciência de uma imagem entre valores professados e praticados e zelar para que essa pureza seja percebida (Rosa, 2011). Quando escrevemos num *blog* ou fazemos comentários do mesmo muitas vezes nem conhecemos a pessoa sobre quem estamos a comentar. De acordo com (Kuehn, 2012) mesmo que nunca tenhamos estado *online*, já existe informação disponível sobre nós, bastando para isso que tenhamos sido associados a um

vídeo, foto ou comentário por alguém. Ignorar a web não é suficiente para não criar reputação *On-line* e muito menos para a manter.

Reputação *On-line* é referente a conjuntos de serviços e produtos proporcionados como resposta à necessidade da população moderna de gerir e controlar a sua imagem e reputação na internet quer por motivo profissionais ou pessoais. A nossa reputação ser positiva, irrelevante ou negativa segundo BrandYourself é o primeiro produto que permite,<sup>17</sup> verificar a nossa pegada digital. Basta procurar no Google o nosso nome – não nos esquecendo de procurar imagens, vídeos e *blogs*, possíveis - iremos verificar que já há muitos registos aos quais o nosso nome está associado (Ambron, 2010).

A construção e manutenção de um perfil profissional *On-line* positivo exige um trabalho ativo uma vez que outros utilizadores podem postar conteúdos em que estamos relacionados ou até mesmo criar um perfil falso na rede Web (TVT, 2013).

Temos de estar conscientes que, quando permitimos que nos identifiquem somente através das redes sociais, podemos perder o controlo da nossa participação ativa, porque tudo em já estamos identificados na rede nunca mais podemos apagar completamente, e quando estamos sempre *On-line* podemos equilibrar um pouco as coisas exercendo a nossa presença ativa.

Identidade Digital é um assunto sério por causa da expansão da tecnologia e esta devida em dois:

Para Costa e Torres (2011) a reputação passa pela primeira impressão que deixamos na rede, como nós apresentamos a nossa prática *online*, como podemos participar e interagir em espaços compartilhados, ou seja, como nós apresentamos o 'eu' assumimos como parte de nossa presença online.

A segunda centra-se no que os outros pensam de nós. Quando *online*, o julgamento dos outros tem uma forma muito explícita, através dos diferentes canais de comunicação. A nossa reputação, independentemente de ter uma presença *online*, é socialmente obrigada, refletindo sobre a identidade *On-line* e sobre as vantagens da

---

<sup>17</sup> BrandYourself ( 2010). is the first product that empowers you to control what people find when they Google your name. Página visitada em 13 de Novembro de 2013 <https://brandyourself.com/>

integração desta dimensão nos currículos acadêmicos e profissionais, Costa e Torres (2011) apresentam a rede como o espaço ideal para incentivar os alunos à construção de uma identidade e ao desenvolvimento de uma presença social, complemento da atividade profissional e do percurso e perfil acadêmico. Segundo os investigadores, o marketing pessoal, a construção de uma reputação, a autenticidade da interação e a coerência da presença surgem como vantagens da adoção de uma identidade real, devendo os potenciais benefícios da criação e manutenção de uma identidade estável e que englobe as diferentes dimensões da vida dos indivíduos ser considerados e ponderados durante os processos de decisão e gestão da identidade *online*.

O nosso comportamento é socialmente julgado e culturalmente modelado. Socialmente, o julgamento das outras pessoas sobre a nossa conduta e desempenho determinam a forma como elas nos consideram. Assim, o gerenciamento de identidade digital é importante, pois pode ter o impacto na nossa atividade, tanto face a face como *online*. Num mundo ligado digitalmente, os educadores têm um duplo papel a desempenhar. Quando se trata de abordar as questões ciberespaço coloca em sua prática: por um lado eles precisam orientar os seus alunos a serem digitalmente experientes, ensinando-os a criar contas em redes sociais ou ajudá-los a criar um *blog*, por exemplo. Por outro lado, eles precisam de servir como modelo de comportamento, ou seja, estabelecer uma identidade digital respeitável que os alunos podem olhar e seguir como exemplo.

Claro que, quando estamos ativos na web, temos mais probabilidade de nos estarmos a prejudicar. Kuehn (2012) dá-lhe a designação de jogar "Roleta russa", no entanto só dessa forma podemos ter algum controlo sobre a nossa reputação *online*.

Quando publicamos fotos da família numa plataforma em rede Web ou fotos ilustrativas de comportamentos impróprios podemos provocar reações de provocação que nos podem assombrar.

Todos nós estamos sendo incentivados a colocar aspetos de nós mesmos e das nossas vidas *On-line* e muito deste conteúdo está disponível gratuitamente para qualquer pessoa ver. Cada vez que adicionarmos algo sobre nós mesmos na internet é o mesmo que ampliar a nossa própria pegada digital, que pode sair do nosso controlo, como mostra esquema (figura 11). Como por exemplo o caso de um vídeo clip que foi realizado dentro da sala de aula por 33 alunos nos quais 28 eram meninas e 3 eram rapazes do colégio San Diego no Estado Unidos, eles foram suspensos da formatura da

sua escola porque o vídeo clip apresentava uma dança com o movimento de quadril. A situação ficou mais grave ainda porque vários *sites* publicaram o conteúdo (Gazzarrini, 2013)

Outro exemplo da importância da nossa pegada é o estudo realizado pelos investigadores britânicos (Kosinski, Stillwell, & Graepel, 2013), onde afirmam que através dos *like* deixados no *facebook* é possível traçar a personalidade, a religião, as escolhas políticas e até a orientação sexual de cada utilizador uma vez que eles são demonstrativos dos “gostos” digitais.

Como diz Fish, (2009), muitos de nossos dados ficam na *Web* quando utilizamos a *Internet* com muita frequência. Dessa forma criamos um histórico muito grande que permanece na *web*, tais como os nossos cliques, conteúdo criado e consultas ou ainda compras efetuadas. Fish reforça ainda que, tudo o que é deixado na rede constitui uma pegada, seja ouvir música no Last.fm, ver vídeo no *Youtube*, fazer compras no *Ebay*, fazer o *Upload* de um artigo científico ou criar uma conta nas Redes Sociais como por exemplo *Facebook*. A pegada digital é o rasto (dados) que deixamos *On-line* da atividade que cada utilizador efetua num ambiente digital.

Um inquérito recente mostra que nos últimos cinco anos a maioria dos pré-adolescentes e adolescentes, passa muito tempo nas redes sociais. De acordo com a pesquisa vinte e dois (22%) dos adolescentes acedem à sua plataforma favorita mais de 10 vezes ao dia e mais de metade entra na sua plataforma mais de que duas vezes por dia. Setenta e cinco por cento (75%) dos jovens entram no seu próprio celular sendo vinte e cinco por cento (25%) para redes sociais, cinquenta e quatro (54%) para troca de mensagens entre as redes móveis, Assim uma grande parte desta geração está a correr um sério risco com o uso das redes sociais (O'Keeffe, & Clarke-Pearson, 2011).

Todo este processo é uma consequência do novo mundo da Web 2.0 onde essas pegadas digitais são “cartões *online*” de quem somos, o que fazemos e, por associação, o que sabemos, cartões esses cada vez mais entrelaçados no tecido de quase todos os aspetos de nossas vidas. Existe por isso uma grande probabilidade de que toda a nossa informação, escola, professores, família, enfim toda a nossa vida, estar já sendo “Googlada” numa base regular, com informações a partir de notícias, *posts* em *blogs*, vídeos do *YouTube*, fotos do *Flickr* e grupos do *Facebook*. Todo este processo, ao qual o utilizador não tem acesso, pode ser benéfico, mas pode também ser prejudicial, pois

os dados que estão guardados podem não abonar em nossos favores ou não serem verdadeiros, e na maioria dos casos, está fora do nosso controlo (Will, 2008).

### **3.5 Perceção da pegada digital**

A primeira referência a esta noção surgiu em 1996 com a designação de "*slug trail*", mais tarde Tim O'Reilly (O'Reilly, 2005) chamou-a de "data exhaust". A noção de pegada digital surgiu com o aparecimento da internet sendo usada só para definir as informações de conteúdo da página da internet. O conceito de pegada digital pode ser definido como sendo o conjunto de todas as marcas deixadas por um indivíduo ao utilizar qualquer ferramenta, serviço, ou aplicação através de um dispositivo ligado à internet (Silva & Crus, 2013). Ao contrário das pegadas deixadas na areia da praia, os nossos dados *On-line*, trilhas, não desaparecem, mesmo depois de a “maré baixar” e permanecem para sempre.

Na era da *Web 2.0*, indivíduos e organizações têm ido além de simplesmente ser encontráveis, a estar intimamente cognoscíveis. Novas tecnologias de busca permitem que os utilizadores de internet descubram informações sobre qualquer organização sem que esta o tenha planeado. Estas pegadas digitais estão abrindo trilhas e incitando questões sobre como gerimos as nossas próprias identidades *On-line* e as das nossas organizações. A vasta gama de pontos de dados que compõem a "informação pessoal" na era dos media *On-line* são quase impossíveis de quantificar ou definir de uma forma ordenada. Nome, endereço, número de telefone são informações básicas que até há pouco partilhávamos de forma restrita mas, num mundo onde voluntariamente o conteúdo da própria autoria passou a ser natural, partilhamos muito mais informação, tal como textos, fotos e vídeo, localização, gostos, atividade, etc... tornando-se num marco de angariação na era da *Web participativa* (Mary Madden, 2008).

Hoje é possível reunir todos os cliques de cada movimento de cada usuário que interage com qualquer Software num banco de dados e apresentar a uma mineração de dados um segundo grau de operação. Junto com a crescente omnipresença de tecnologias móveis, os registos produzidos pelos pesquisadores têm ajudado a criar e definir novos métodos de observação, aumentando o registo *On-line* (Fabien, 2008; O'Keeffe, 2011).

Segundo o relatório da (Kuehn, 2012; Pew, 2007), a pegada digital de um indivíduo pode ser classificada como sendo **passiva** ou **ativa**. A primeira representa as pegadas recolhidas e registadas sobre ações efetuadas pelo utilizador sem a sua consulta prévia. A pegada digital ativa, por sua vez, é a criada pelo utilizador de forma consciente e com o intuito de partilhar informação pessoal. Estas pegadas representam todo um trajeto, incluindo o que é consultado, quantas vezes, durante quanto tempo, e as inter-relações que são criadas no processo (Fish, 2009).

De acordo com Hengstler, citado em (Kuehn, 2012), existem duas maneiras de construir pegadas digitais:

- Formas ativas: blogs, artigos, fotos, vídeos e qualquer outra coisa que nós podemos publicar;
- Formas passivas: O que os outros postar na internet sobre nós;

Cada passo que se dá na *web* é registado, ver diagrama (Figura11) que mostra como é que a nossa pegada digital é criada nas duas formas ativa e passiva (Fish, 2009).

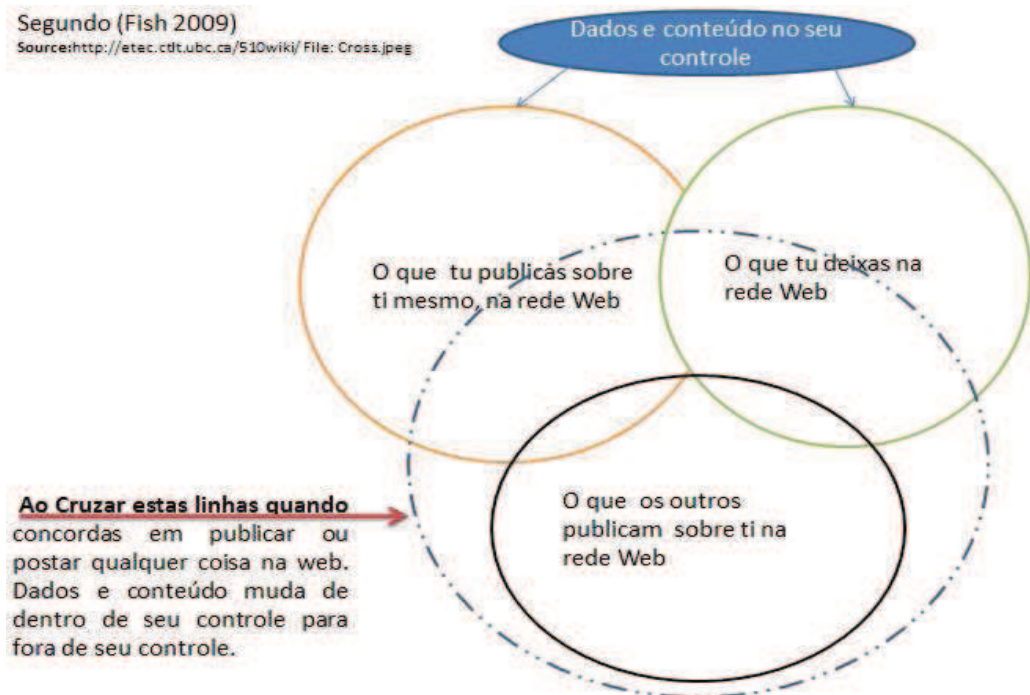


Figura 11: Pegada Digital ativa e passiva

## **CAPITULO 4      METODOLOGIA UTILIZADA**

A abordagem inerente a esta investigação é quantitativa porque as informações são colhidas por meio de um questionário padronizado e uniformizado, com perguntas claras e objetivas, pois enquanto investigadores não somos os peritos do que se pretende estudar, pelo contrário, são as pessoas que têm a experiência deste fenómeno particular, que possuem uma experiência pertinente ou partilham a mesma cultura (Rosseau & Saillant, 2009). Para além disto, a abordagem apoia-se ainda num raciocínio dedutivo, pois enquanto observadores e investigadores não recorremos a qualquer teoria existente para tentar explicar o que se observa (Gonçalves, 2004).

Para a consecução dos objetivos da nossa investigação, pretendemos realizar um estudo em profundidade, com o intuito de verificar a consciência que os alunos universitários de Cabo Verde têm sobre a pegada digital que constroem no seu dia-a-dia nas Redes Sociais. Para tal, utilizaremos a realização de questionário, recorreremos a uma análise documental e a uma pesquisa bibliográfica que nos permitirá atingir os objetivos definidos. Utilizaremos, ainda, instrumentos de recolha de dados que nos permitam obter informações que, através de tratamento, nos façam concluir se os alunos têm consciência de que ao publicarem conteúdos nas redes sociais podem estar a comprometer o seu futuro profissional.

A decisão de recorrer a um questionário prende-se com a necessidade de focalizar a nossa pesquisa de forma a recolher informação pertinente e fiável, evitando cair no universo ilimitado e disperso de opiniões.

### ***4.1 Desenho de Investigação***

O desenho de investigação visa responder às questões de investigação e controlar as potenciais fontes de enviesamento (Fortin, 2009). Assim, este conjunto de diretivas associadas ao tipo de estudo precisa a forma de recolher e de analisar os dados,

isolar as variáveis importantes e medi-las com precisão, de forma a garantir a credibilidade dos mesmos.

Geralmente depois da identificação dos métodos a ser utilizados durante a investigação, é pertinente descrever e identificar os participantes e os processos de amostragem a ser utilizados no estudo. O contexto em que se pretende realizar o estudo, é num ambiente escolar onde se encontra maioria da população alva para realização do questionário. A população alva é o conjunto de estudantes universitários de Cabo Verde e o ambiente escolar é a universidade que o estudante frequenta.

Para proceder ao estudo será considerada uma amostra da nossa população dado que seria extremamente moroso e dispendioso efetuar o estudo de toda a população.

## ***4.2 População e Processo de Amostragem***

Por amostragem entende-se o procedimento pelo qual um grupo de pessoas é escolhido com vista a obter informação relacionada com um fenómeno, e de tal forma que a população que nos interessa esteja representada (Fortin, 2009). Com este estudo pretendemos dar um contributo para o melhor conhecimento do perfil dos jovens no que concerne ao tráfego nas redes sociais, dados que se apresentam fundamentais quer para avaliar o seu estado atual, quer também para perceber quais as suas perspetivas futuras.

Acompanha-nos a expectativa de que o este estudo possa acrescentar uma mais-valia para o ministério da educação e outros órgãos competentes, no sentido de que tomem conhecimento dos resultados e possam implementar medidas e estratégias adequadas para colmatar as deficiências e o "mau uso" das redes sociais.

O processo de amostragem a ser utilizado é a escolha de amostra aleatório simples. Trata-se de uma investigação quantitativa, descritiva, no sentido de melhor especificar a problemática deste estudo, apresentando-se este como método mais eficaz para as abordagens deste problema (Flick, 2005).

Após o levantamento dos dados escolhidos através dos inquéritos e com o objetivo de os tornar o mais exatos e quantificáveis possível, será feito o tratamento dos mesmos, análise descritiva e respetiva representação gráfica.

Partindo do problema e das hipóteses apresentadas, podem ser definidas variáveis independentes e dependentes associadas.

O número de participantes a envolver no estudo é, de acordo Pacinho (2009) de 643 alunos universitários, para um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, atendendo a que de acordo com os dados da Direcção-Geral do Ensino Superior e Ciência de Cabo Verde, há cerca de 10 mil estudantes nas nove instituições de ensino superior existentes no país - uma pública e oito privadas.

Com este número de estudantes inquiridos, e uma amostra bem construída, espera conseguir-se o nível de confiança de 95% nos resultados encontrados.

#### **4.2.1 Instrumentos de recolha de dados**

O instrumento de investigação utilizado para atingir os objetivos deste estudo será aplicado um questionário sócio demográfico para obter algumas informações pertinentes acerca da amostra a estudar, tais como a idade, cuidado ao publicar conteúdos, troca de informações, manifestações, opiniões, atitudes nas redes sociais. Sem esquecer que, para aplicar este método, será necessário dar a conhecer os nossos objetivos aos participantes, e também de forma a garantir a confidencialidade dos dados, será pedido o consentimento informado para participar no estudo. Para a análise e interpretação dos dados recolhidos serão utilizar o programa informático *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 21.

#### **4.2.2 Procedimentos**

Para concretizar esta investigação, primeiro tem que se estabelecer contacto com instituições de ensino onde pretendemos investigar e com o Ministério da Educação, para assim podemos realizar o processo de amostragem. Informamos a Universidade, dando conhecimento do nosso estudo e qual o grupo de alunos a quem se destina, partindo do princípio que o Reitor da Universidade e o Ministério de Educação autorizam a realização do estudo com os alunos. Também em relação ao Ministério de Educação será solicitada a sua colaboração no estudo informando-os antecipadamente dos seus objetivos e pertinência.

### **4.3 Desenvolvimento de modelo**

O Modelo resulta da combinação de literatura e evidência empírica sobre o constructo qualidade da relação e seus determinantes e dimensões (Vieira, 2009). Como aluno de Comunicação e Formação Multimédia e pesquisador de média, sobre a percepção da pegada Digital já há alguns anos, temos percebido que essa geração de alunos universitários de Cabo-Verdianos, que têm crescido com acesso às novas tecnologias de comunicação, (Inovação, 2010-11) vem entrando em contacto com diversas plataformas digitais (O'Reilly, 2005). Ou seja, o advento da internet tem possibilitado a exposição de muitos adolescentes aos mais variados géneros de textos, manifestações de linguagens e quando publicamos conteúdo que os das gerações anteriores (Xavier, 2004). E para lidar com essa nova média, conhecer e interagir com pessoas em diferentes pontos do planeta.

Neste estudo queremos avaliar a percepção da pegada digital dos jovens universitários de Cabo Verde. Nos estudos realizados por (Barreto, 2009; Fish, 2009; Gialamas, Nikolopoulou, & Koutromanos, 2013; Huang, 2005), eles concluíram que o uso de internet, percepção atitude, acesso a internet tem impacto positivo sobre as perspetivas de aprendizagem e pegada digital com isso adotamos esse modelo, como referimos anteriormente, porque nos permite saber a percepção de pegada digital. Independentemente de estarem ou de se envolver formalmente *On-line* ou não, é provável que temos uma pegada digital. Para (Kuehn, 2012) recomenda que façamos uma pesquisa no Google do nosso nome para ver que vamos encontramos sobre nos e como podemos refletir sobre o que estamos a perguntar, o que isso diz sobre mim?

Teríamos assim, por exemplo que pegada digital é refletida pelo impacto da internet e pelo fatores socio demográfico, acesso á internet, uso da internet, percepção e atitude, impacto da Internet e pegada digital.

A figura abaixo (fig.12) é o modelo simples que acabamos de descrever ou seja a associação entre variáveis latentes, bem como entre estas e os seus indicadores observáveis.

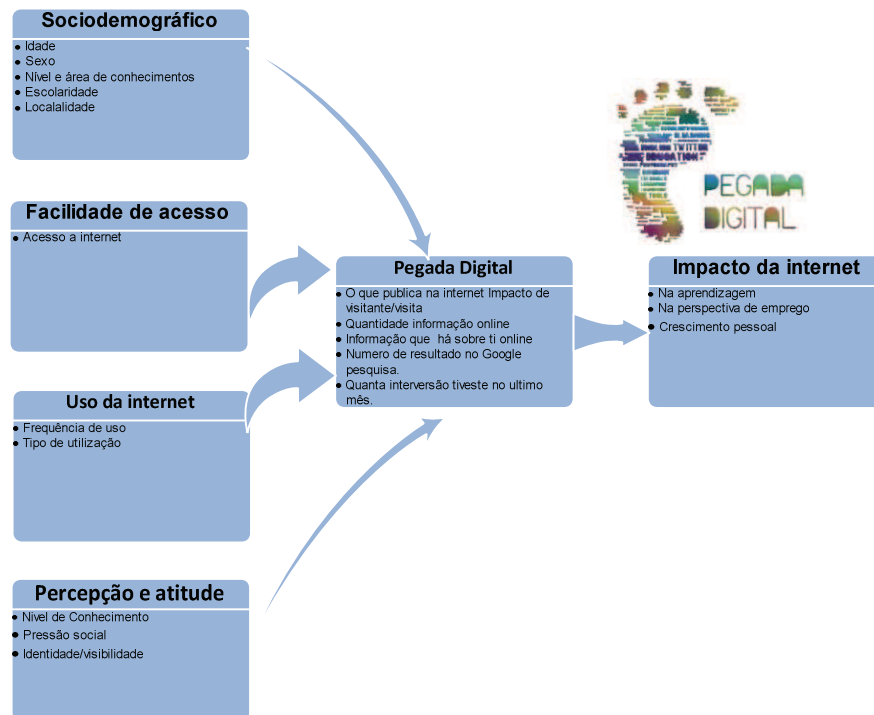


Figura 12: Modelo de Pegada Digital

A figura (12) acima retrata o modelo em termos conceptuais, semelhante a um modelo de regressão simples com **variáveis dependentes** (Pegada digital e impacto de internet) e **variáveis independentes** (Socio demográfico, acesso a internet, uso da internet, percepção e atitude) (Vieira, 2009). O Motivo pelo qual consideramos variáveis latentes, é que vai ser avaliado por mais do que um indicador, com isso não vamos utilizar a técnica tradicional, por exemplo a regressão, vamos fazer a modelação em equações estruturais (MEE) é um termo que não designa uma técnica estatística específica, mas sim uma série de técnicas e procedimentos utilizados em conjunto (Filho & Júnior, 2005). Com esta técnica procura-se narrar os relacionamentos presentes entre dois tipos de variáveis: as “latentes” e “manifesta”, definidas como “um conceito hipotético e não observado, do qual se pode aproximar apenas através de variáveis observáveis ou mensuráveis”. Variável pegada digital é um mediador porque a relação entre os variáveis independente e dependente é explicado pela pegada digital (Baron & Kenny, 1986). A distinção entre variável moderador e mediador foi feito com base nos autores Baron e Kenny (1986).

#### **4.4 Hipótese**

Para conduzir com ordem e rigor a investigação, torna necessário contruir as hipótese de trabalho. A construção das hipóteses de trabalho fornece um fio condutor eficaz á investigação e fornecem critério para investigados, de entre uma afinidade de dados, os ditos pertinentes (Quivy, R. & Campenhoudt, 1992).

Com base nos dados recolhidos procurar-se-á refutar ou confirmar, ao longo do nosso estudo, o modelo ora descrito corresponde às seguintes hipóteses de investigação, formuladas do ponto de vista da perceção da pegada digital as seguintes hipóteses:

*H1:* Há associação entre pegada digital em função da idade entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde.

*H2:* Existe diferença entre pegada digital em função da área de formação entre os estudantes do ensino superior.

*H3:* Há associação entre pegada digital em função de sexo entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde.

*H4:* Há associação entre pegada digital face à vida profissional futura entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde.

*H5:* Há associação entre pegada digital face à perceção e facilidade de uso de internet entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde.

*H6:* Há diferença entre a pegada digital em função do ano escolaridade entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde.

*H7:* Quanto maior a perceção e atitude de Internet relativamente ao nível de pressão social maior será a tua pegada digital e maior é o impacto na aprendizagem, crescimento pessoal, e no emprego;

*H8:* Quanto maior a perceção e atitude de internet relativamente ao nível de identidade e visibilidade maior será a tua pegada digital e maior é o impacto na aprendizagem, crescimento pessoal, e no emprego;

*H9:* Quanto maior a facilidade de acesso de internet maior será a tua pegada digital e maior é o impacto na aprendizagem, crescimento pessoal, e no emprego;

H10: Quanto maior uso de internet relativamente ao nível de frequência de uso maior será a tua pegada digital e maior é o impacto na aprendizagem, crescimento pessoal, e no emprego;

H11: Quanto maior a uso de internet relativamente ao numero de ferramentas que dominas maior será a tua pegada digital e maior é o impacto na aprendizagem, crescimento pessoal, e no emprego;

#### **4.5 *Análise exploratória***

Numa fase exploratória, começou-se por fazer uma recolha documental de informação variada e pública, que englobava dados estatísticos e revista da especialidade, bem como livros artigos de revistas e jornais. Esta técnica embora se tenha utilizado durante toda pesquisa, foi determinante no seu início, uma vez que permitiu contextualizar a realidade existente em Cabo Verde relativamente a perceção pelos jovens da importância da sua pegada digital na vida profissional futura. Desde modo, foram particularmente as recolhas de documento já publicados por várias entidade nacional, entre quais o NOSI (Núcleo Sistema Operacional de Cabo Verde), INE (Instituto Estatística de Cabo Verde), Direção Geral do Ensino Superior de Ciência e Inovação entre outras.

Quanto à construção do inquérito, foi uma fase bastante delicada na medida em que foi necessário um maior conhecimento da população a inquirir, os fatores: facilidade de acesso, uso de Internet, perceção e altitude, pegada digital, e impacto da internet e que envolvia também estudos similares em Grécia, Holanda e Estados Unidos, ficou adaptada à realidade de Cabo Verde. (Gialamas, Nikolopoulou, & Koutromanos, 2013a; Huang, 2005; Kuhlemeier & Hemker, 2007; Mary Madden Associate Director Aaron Smith, Research Specialist Jessica Vitak, Research Associate, 2007).

A fim de verificar a adequabilidade das questões existentes no plano do inquérito, foi administrado um pré-teste na Residência Universitária Católica onde encontra um número considerável de alunos Cabo-verdianos. As pessoas seleccionadas que responderem ao questionário foram alvo de uma entrevista pelo autor. Centrada em torno de aspetos como linguagem, o modo com foi compreendido o inquérito e as

dificuldades sentidas. A maioria dos inquiridos teve algumas dificuldades em perceber a linguagem do inquirido, apesar de todo o esforço na adequação da linguagem, tendo realçado também a extensão do pré-teste. Procedeu-se forma, á nova construção do inquirido reformulando, e eliminando algumas perguntas (Panyik, 2012).

As questões relacionadas, á recolha foi feita baseado na internet com opção do Google Docs designer de planilha e foi integrado no Blog que os alunos eram convidados a aceder e que os acessos foram devidamente monitorizados com controlo no Google Analytics que uma ferramenta de análise da web que ajuda os proprietários de websites a entender como os visitantes se envolvem com seu website.

Entre Junho e Novembro de 2013, o número de visitas efetuadas a este Blog foi de 849,visisita única de 679 e com 1116 visualizações (pesquisas). A duração média por visita é de cerca de 00:01:25 VS 00:01:45 segundo.

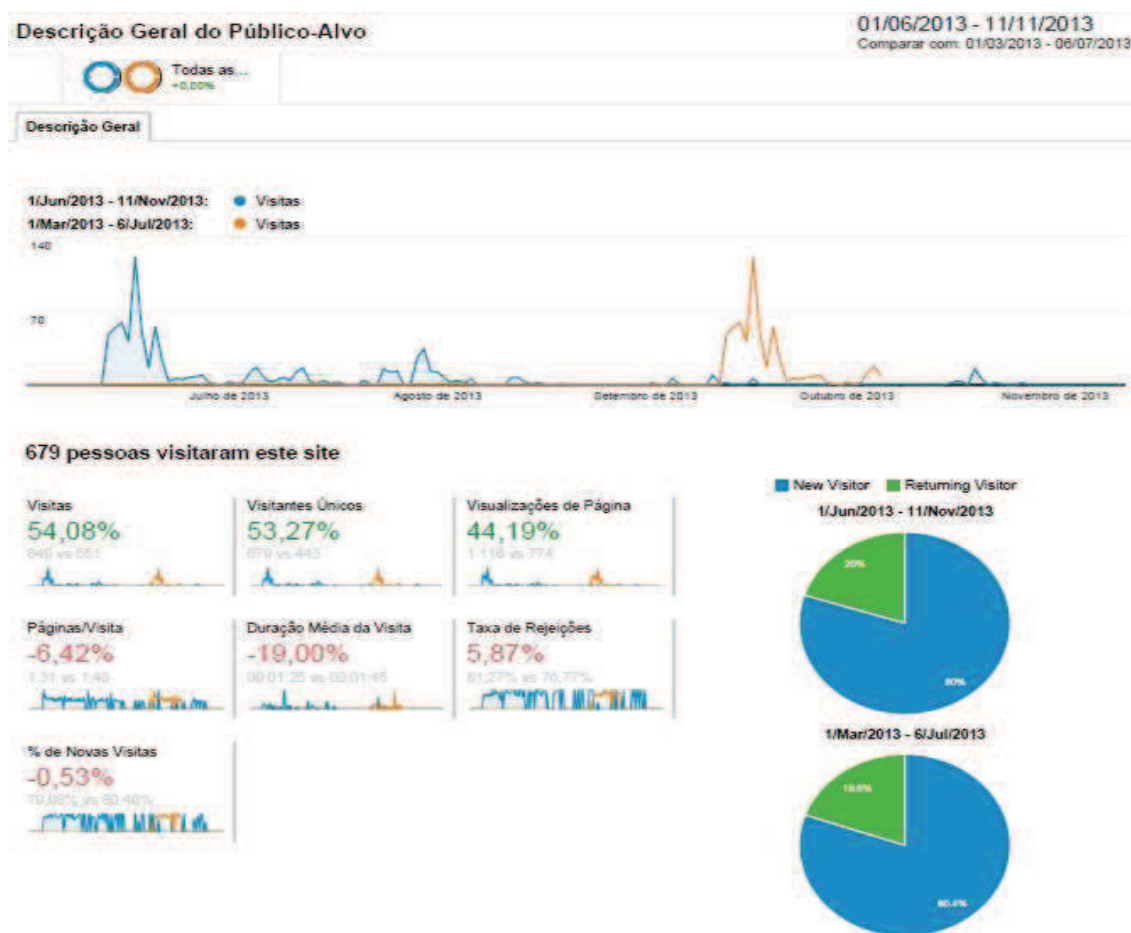





Figura 13: Visitas efetuadas ao Blog entre Junho e Novembro de 2013

A figura (13) mostra o número de visitas feitas ao Site por País De uma breve análise da figura 14, pode-se verificar que as visitas ao Site tem sido lideradas por

residentes em Cabo Verde (60,85%), seguidas dos residentes no Portugal (14,29%), os restantes países constantes do quadro situam-se entre 1,85% e 0,4%

Pais/Território	Visitas	% Visitas
<b>1.  Cape Verde</b>		
1/Jun/2013 - 11/Nov/2013	719	84,69%
1/Mar/2013 - 6/Jul/2013	447	81,13%
<b>% de alteração</b>	<b>60,85%</b>	<b>4,39%</b>
<b>2.  Portugal</b>		
1/Jun/2013 - 11/Nov/2013	104	12,25%
1/Mar/2013 - 6/Jul/2013	91	16,52%
<b>% de alteração</b>	<b>14,29%</b>	<b>-25,83%</b>
<b>3.  United States</b>		
1/Jun/2013 - 11/Nov/2013	8	0,94%
1/Mar/2013 - 6/Jul/2013	4	0,73%
<b>% de alteração</b>	<b>100,00%</b>	<b>29,80%</b>

**Figura 14: Visitas efetuadas ao Site por país**

## **CAPITULO 5      RESULTADOS**

Este estudo foi realizado através de um conjunto de procedimentos denominado *Análise Exploratória de Dados*, o qual permite decidir, com segurança, a que tipo de testes estatísticos – paramétricos *versus* não-paramétricos – deverá recorrer para testar hipóteses de investigação que envolvem variáveis intervalares.

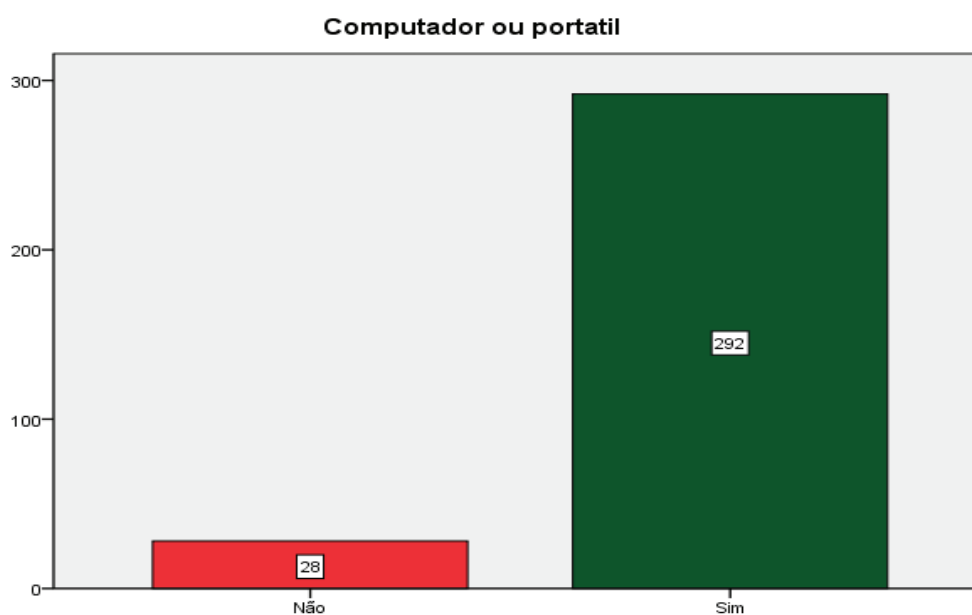
O presente capítulo tem por objetivo a apresentação dos resultados obtidos no estudo. Em primeiro lugar, resume-se o tratamento estatístico dos dados, seguido da caracterização da amostra e do estudo psicométrico dos instrumentos, expondo, em seguida, o pressuposto subjacente à utilização de testes paramétricos, procedimentos de análise que se integram a *Análise Exploratória de Dados*.

### **5.1 Descrição da amostra disponível**

A análise de dados foi efetuada a partir do programa *Statiscal Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 21.0. Os alunos universitários cabo-verdianos constituem a população que serviu de objeto a esta investigação. Segundo dados da Direção Geral do Ensino Superior de Cabo Verde, no ano letivo 2011/2012, o número total de estudantes no ensino superior (Ministério do Ensino Superior, 2013) era de 11800. A amostra é constituída por 320 (n=320) alunos universitários, 159 do sexo masculino, representando 3% da população masculina total, e 161 do sexo feminino, representando 2% da população feminina total. As idades estão distribuídas da seguinte forma: “menos de 25 anos” (97 dos inquiridos representado 1% da população total); “entre mais de 25 anos” (220 inquiridos representado 5% da população total).

A amostra abrange diferentes áreas científicas, nomeadamente, as Ciências Sociais e Humanas (37 inquiridos, representa 1% da população total), as Ciências Económicas, Jurídicas e Políticas (114 inquiridos, representa 2% da população total) e Ciências da Vida, Ambiente e Saúde (30 inquiridos, representa 2% da população total).

Do total dos inquiridos, verifica-se que a maioria se encontra na área de Ciências Exatas, Engenharias e Tecnologias (139 inquiridos representa 6% da população total). Isto indicia que os alunos desta área estão mais familiarizados com as novas tecnologias, portanto têm o contacto maior com o computador dado que, segundo o estudo, 28 (8,8%) inquiridos não têm computador e 292 (91,3%) inquiridos têm computador.



**Figura 15: Computador/Portátil**

Relativamente à ilha dos inquiridos, verifica-se que 104 (32,5%) são da ilha de São Vicente e 188 (58,8%) da Ilha de Santiago. Em menor número, estão os sujeitos das Ilhas de Fogo 11 (3,1%), Brava 10 (3,1%), Santo Antão 2 (0,6%), Maio 3 (0,9%), Boa Vista 1 (0,3) e São Nicolau 1 (0,3). No entanto, no que diz respeito à ilha dos inquiridos, verifica-se uma maior dispersão dos sujeitos, mas, tal como na variável anterior, são na sua maioria naturais de São Vicente (32,5%) e da Ilha de Santiago (58,8%), porque as universidades estão nestas duas ilhas. Por fim, e no que diz respeito à formação dos alunos, verifica-se uma elevada variabilidade nas habilitações, com destaque para os alunos que estão no 4.º ano do curso, que apresentam um elevado nível de escolaridade. Assim sendo, no que diz respeito ao grau académico, verifica-se que 37

inquiridos estão inscritos no 1.º ano; 87 no 2.ºano; 37 no 3.º ano; 105 no 4.º ano e 14 na pós-graduação.

Ainda no âmbito da instituição, as universidades mais observadas foram a Universidade de Cabo Verde (119) e a de Jean Piaget (110). As menos observadas foram a Universidade de Lusófona de Cabo Verde (1) e a Universidade de Santiago (3).

**Tabela 2: Caracterização da Amostra/Universo em função instituição do ensino**

<b>Instituição</b>	<b>Amostra</b>	<b>Universo</b>
Universidade de Cabo Verde	119	4438
Universidade Jean Piaget de Cabo Verde	110	1927
Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais	46	1888
Instituto Superior de Ciências Jurídicas e Sociais	6	1069
Universidade do Mindelo	10	747
Universidade Lusófona de Cabo Verde	1	544
Universidade de Santiago	3	849
Outra	25	338
Total	320	11800

Como podemos constatar pela análise do uso de redes sociais, no seio dos alunos universitários cabo-verdianos, dos 320 inquiridos, 5,86% utilizam linkedIn; Twitter 7,80%; Dropbox 10,67%; Youtube 0,48%, sendo o Facebook a rede mais utilizada no meio académico com 45,18%, como mostra a figura 16.

### Uso de Rede Sociais

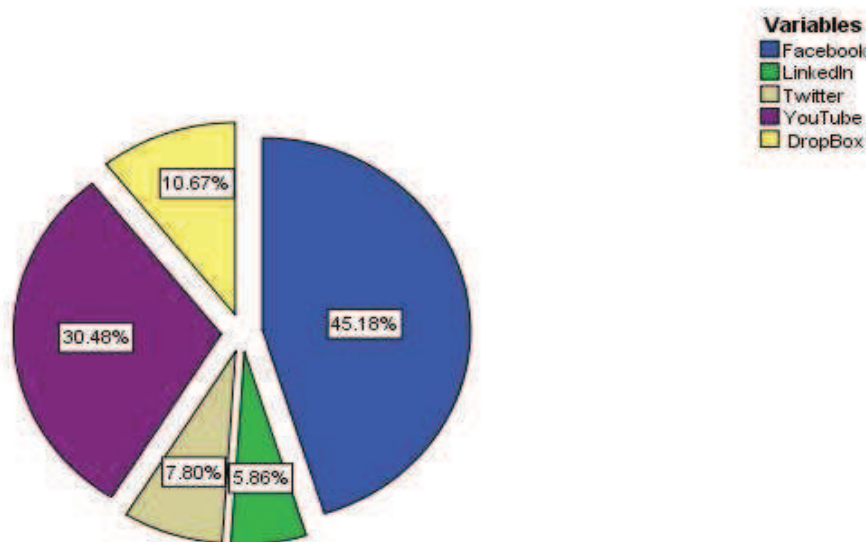


Figura 16: Uso de redes sociais

#### 5.1.1 Teste das suposições

As técnicas paramétricas são estatísticas que lidam com parâmetros, e um parâmetro é uma característica de um Universo. Por exemplo, o valor médio de uma variável. As estatísticas paramétricas assumem um pressuposto forte, nomeadamente que, no Universo (e uma amostra retirada do Universo) (Hill & Hill, 2002).

Acontece que nem sempre é fácil decidir da normalidade da distribuição pela simples observação visual da curva real e ideal. Isto equivale a quantificar o desvio, existindo para efeito dois coeficientes estáticos que permitem calcular os desvios mais frequentes a aferir com maior rigor da normalidade da distribuição (Coutinho, 2011).

O principal teste para avaliar suposições paramétricas é o teste de normalidade para testar a assimetria (ou seja, o desvio de normalidade ou “*skewness*”). Os valores de limite indicados pela literatura são -1 e +1 (Coutinho, 2011). Valores dentro desse intervalo são considerados como assimetria ainda aceitável para a utilização de testes paramétricos. Temos 18 itens com valores fora de normalidade entra esses com as transformações ficaram dentro do valor indicado como mostra a Tabela 3.

**Tabela 3: Suposições de testes paramétricos**

Itens	Itens	Media	Std. Deviation	Skewness	Skewness Trnsf
P1.1	P.A.R.I. [Usas a Internet há muito tempo ]	5	0,963	-2,573	-1,462
P1.2	P.A.R.I. [Utilizar Internet é muito fácil]	5	0,829	-2,183	-0,842
P1.3	P.A.R.I. [Levaste muito tempo a aprender]	1	1,089	1,94	2,456
P2.1	P.A.R.I. [Utilizas Internet porque todos os teus amigos utilizam]	1	1,193	1,574	1,925
P2.2	P.A.R.I. [És influenciado pela maioria dos teus contactos]	5	1,268	1,304	1,76
P2.3	P.A.R.I. [Utilizas redes sociais para ficar em contacto com as pessoas conhecidas]	2	0,925	-2,121	-0,853
P2.4	P.A.R.I. [Utilizas redes sociais para entrar em contacto com pessoas que não conheces]	1	1,487	0,483	0,804
P2.5	P.A.R.I. [Estas preocupado com o que os teus amigos acham de ti nas redes sociais ]	4	1,436	1,015	1,344
P3.1	P.A.R.I. [Usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social]	2	1,357	-0,75	-0,231
P3.2	P.A.R.I. [Usar redes sociais vai me fazer mais popular]	3	1,521	0,352	0,702
P3.3	P.A.R.I. [Apresentas-te sempre nas redes sociais como o teu verdadeiro eu]	5	1,068	-1,978	-1,491
P3.4	P.A.R.I. [Usar navegação anónima ajuda-me a proteger a minha identidade]	3	1,486	-0,194	0,24
P4.1	F. A. [Na tua localidade tens fácil acesso a Internet]	4	1,536	-0,977	-0,46
P4.2	F. A. [Achas Internet muito cara]	4	1,373	-1,197	-0,522
P4.3	F. A. [Utilizas Internet Banda Larga]	5	1,732	-0,698	-0,385
P4.4	F. A. [Utilizas Internet no telemóvel]	2	1,861	0,142	0,247
P5.1	U. I. [Menos de uma vez por dia.]	1	1,491	1,074	1,322
P5.2	U. I. [Pelo menos uma vez por dia.]	4,5	1,742	-0,665	-0,294
P5.3	U. I. [Mais de 2 hora por dia.]	5	1,513	-1,198	-0,699
P5.4	U. I. [Sempre ligado à rede.]	2	1,702	0,317	0,522
P6.1	U. I. [Utilizas diversas ferramentas como e-mail, redes sociais, motor da busca, etc]	5	0,814	-3,211	-2,095
P6.2	U. I. [Utilizas Internet para uma variedade de tarefas (relatório individual, ensino a distancia, etc)]	5	1,334	-1,426	-0,788
P10.1	Inp. I. [Internet motiva-te a explorar tópicos que queres conhecer melhor]	5	0,674	-3,401	-1,735
P10.2	Inp. I. [Internet é uma ferramenta de aprendizagem eficaz]	4	0,959	-1,989	-0,784
P10.3	Inp. I. [As contas nas redes sociais estimulam-te a melhorar as tuas competências]	4	1,318	-0,718	-0,202
P10.4	Inp. I. [Redes sociais permitem ajudar os teus colegas]	4	0,923	-1,577	-0,204
P10.5	Inp. I. [Internet permite tomar-te um especialista em tecnologias]	4	1,289	-0,996	0,018
P11.1	Inp. I. [Utilização de Internet pode melhorar a minha comunicação verbal]	4	1,347	-0,891	0,007
P11.2	Inp. I. [Utilização da Internet melhora competências na aprendizagem colaborativa]	4	1,115	-1,23	0,01
P11.3	Inp. I. [Utilização de Internet pode aumentar as minhas competências interpessoais]	5	1,139	-1,227	-0,034
P12.1	Inp. I. [Utilizar as redes sociais sem cuidado pode prejudicar a vida profissional futura]	4	1,003	-1,833	-0,806
P12.2	Inp. I. [A presença em redes sociais profissionais é importante para o acesso ao emprego]	1	1,118	-1,124	-0,148
P13.1	P. D. [Já foste prejudicado por causa de algum comentário ou conteúdo ilícito nas redes sociais?]	2	1,559	1,001	1,426
P13.2	P. D. [O teu endereço de E-mail, endereço residencial, número de telefone de casa, estão disponíveis online?]	4	1,551	0,451	0,74
P13.3	P. D. [Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em que o teu nome aparece online?]	4	1,692	-0,508	-0,09
P13.4	P. D. [Estás preocupado com a quantidade de informação disponível sobre ti online?]	5	1,638	-0,105	0,412
P13.5	P. D. [Tomas alguma medida para limitar a quantidade de informação existente sobre ti online?]	3	1,54	-1,062	-0,544
P13.6	P. D. [Sabes que quantidade de informação existe sobre ti online?]	5	1,583	0,043	0,387
P13.7	P. D. [Alguma vez já procuraste o teu nome na internet?]	2	1,813	-0,661	-0,497
P13.8	P. D. [E quando procuras encontras muita informação sobre ti?]	4	1,335	0,9	1,811
P13.9	P. D. [Alguma vez já procuraste algum nome ou seguir a pegada de um individuo na internet?]	5	1,809	-0,223	0,068
P13.10	P. D. [Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste o endereço?]	4	1,69	-0,901	-0,637
P13.11	P. D. [Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?]	4	1,494	-0,867	-0,167
P13.12	P. D. [Tens buscado informações de antecedentes pessoais de alguém?]	1	1,679	0,607	-0,793

Nesta fase, procurando uma maior atenção à teoria subjacente à construção e validação, os itens da escala ficaram distribuídos de forma a dar uma resposta a investigação por cinco fatores. Após a análise fatorial dos itens que a seguir vamos apresentar, alguns itens e fatores foram eliminados por não terem apresentado significativa convergência (validade) com o conjunto dos outros itens. Decorreu daqui

uma redução no número de itens e fatores, no final passou de 44 itens para 34, conforme a descrição do modelo da figura 17.

O resultado final de análise, é demonstrado ilustrativamente no modelo hipotético de pegada digital em baixo, onde os itens que foram retirados, está vermelha.

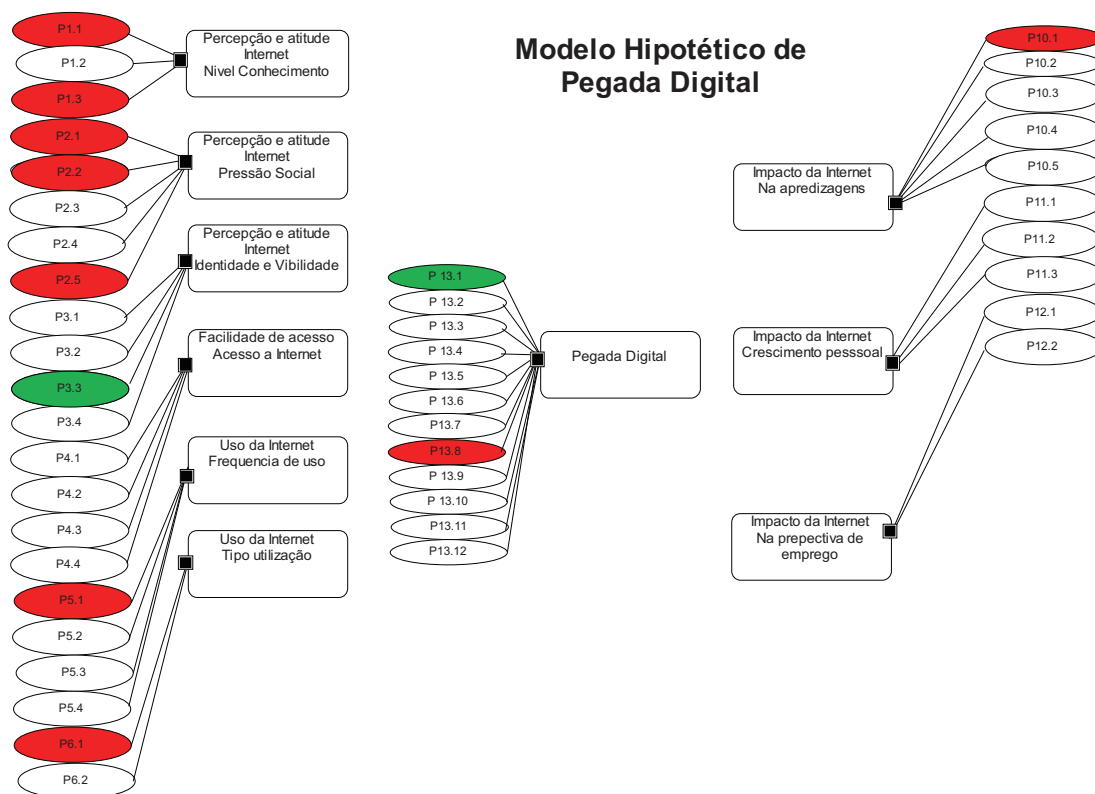


Figura 17: Modelo hipotético de pegada digital

## 5.2 Análise da Confiabilidade

O coeficiente alfa de *Cronbach* foi apresentado por Lee J. Cronbach, em 1951, como uma forma de saber a confiabilidade de um questionário aplicado num estudo científico (Torres, Monteiro, & Arica, 2010).

*Alpha de Cronbach* é o indicador aconselhado para avaliar a consistência interna de instrumentos de tipo escala de *Likert* ou *rating* (Almeida & Freire, 2003; Coutinho, 2011). Ela é uma das medidas mais usadas para a verificação da consistência interna de um grupo de variáveis (itens), podendo definir-se como a correlação que se espera obter

a escala usada e outras escalas hipotéticas do mesmo universo, com igual de itens, que meçam a mesmas características (Pestana & Gageiro, 2003). Varia entre 0 e 1, considerando-se a consistência interna:” abaixo de 0.6 o coeficiente é inaceitável; entre 0.6 e 0.65, indesejável; entre 0.65 e 0.70, minimamente aceitável; ente 0.7 e 0.8, respeitável; entre 0.80 e 0.90, muito bom” (Pestana & Gageiro, 2003).

Os resultados obtidos com os itens integrados para explicar a percepção dos estudantes cabo-verdianos sobre a importância da sua pegada digital na vida profissional futura sugerem uma fraca homogeneidade ou consistência interna, situando-se o alfa global de 0.022 (valor claramente inferior a 0.70 que gostaríamos de atingir)

Após a análise de confiabilidade, para melhorar os itens da escala, no sentido de dar uma melhor explicação sobre a nossa investigação, dado que o alfa ficou abaixo do esperado, foram aperfeiçoados alguns itens da escala. Para melhorar a sua adequação ao nosso estudo gostaríamos de dar ao conhecer aos estudantes cabo-verdianos uma nova realidade, marcada pela importância da sua pegada digital na vida profissional futura.

Por isso, é necessária a reconceptualização do modelo, porque os valores não são suficientes para medir o conceito de pegada digital. Esta situação levanta a hipótese de existir já uma certa cautela dos alunos perante o comportamento nas redes sociais para um dado aluno mas não para outro, e vice-versa. Esta falta de homogeneidade não se altera de forma expressiva quanto se procede à eliminação de qualquer dos itens mais fracos (itens com correlação total inferior a 0.022)

Na tabela 4, descrevemos os resultados estatísticos de distribuição de validade interna e dos itens que foram eliminados, assumidos na literatura como o nível crítico, para aceitação da validade interna do item. Assim sendo, alfa foi baixo, por outro lado nenhum item, se eliminado, faz subir esse valor de consistência interna da subescala de forma expressiva. Assim sendo, foi a nossa decisão de reconstituir o modelo para prosseguirmos nas análises. (figura 18; 19)

**Tabela 4: Coeficientes de Confiabilidade**

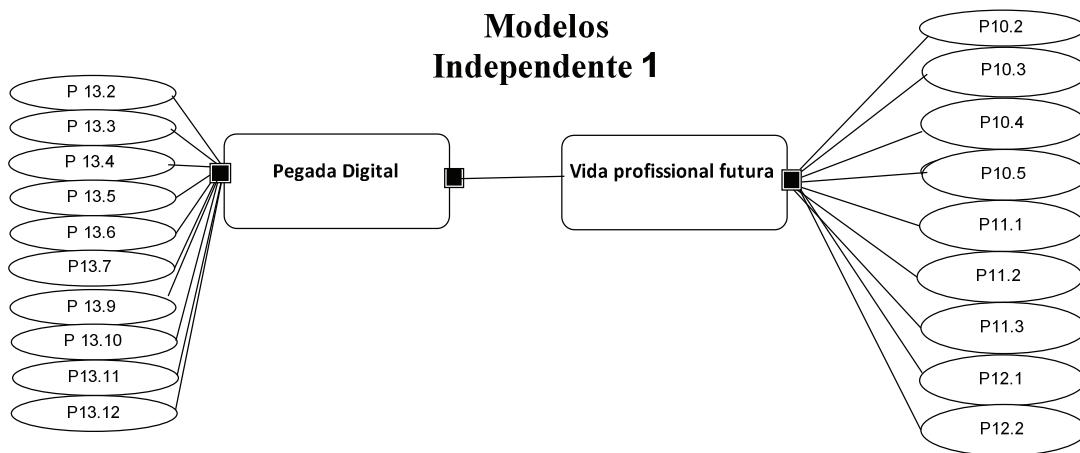
<b>Itens</b>	<b>Total de Itens</b>	<b>Total Itens Removido</b>	<b>Alpha Inicial</b>
P2	5	3	0,124
P3	4	1	0,148
P4	4	0	0,022
P5	4	1	0,121
P6	2	2	0,377
P10	4	0	0,676
P11	3	0	0,772
P12	2	0	0,314
P13	12	1	0,554

Por isso, vamos conceptualizar o modelo de acordo com os valores de confiabilidade. O fator de pegada digital originalmente serviu como variável mediadora. Agora vai ficar como variável independente numa relação entre pegada digital e vida profissional futura, considerando as variáveis independentes, Percepção e Atitude relativamente à Internet, Uso de Internet e Facilidade de Acesso, que fomos juntando, ficando uma só variável denominada de Percepção e facilidade de uso da internet, que também vai ser analisada numa relação com vida profissional futura num modelo separado. Assim, do modelo original singular foram criados dois modelos independentes em que a variável dependente é a vida profissional futura.

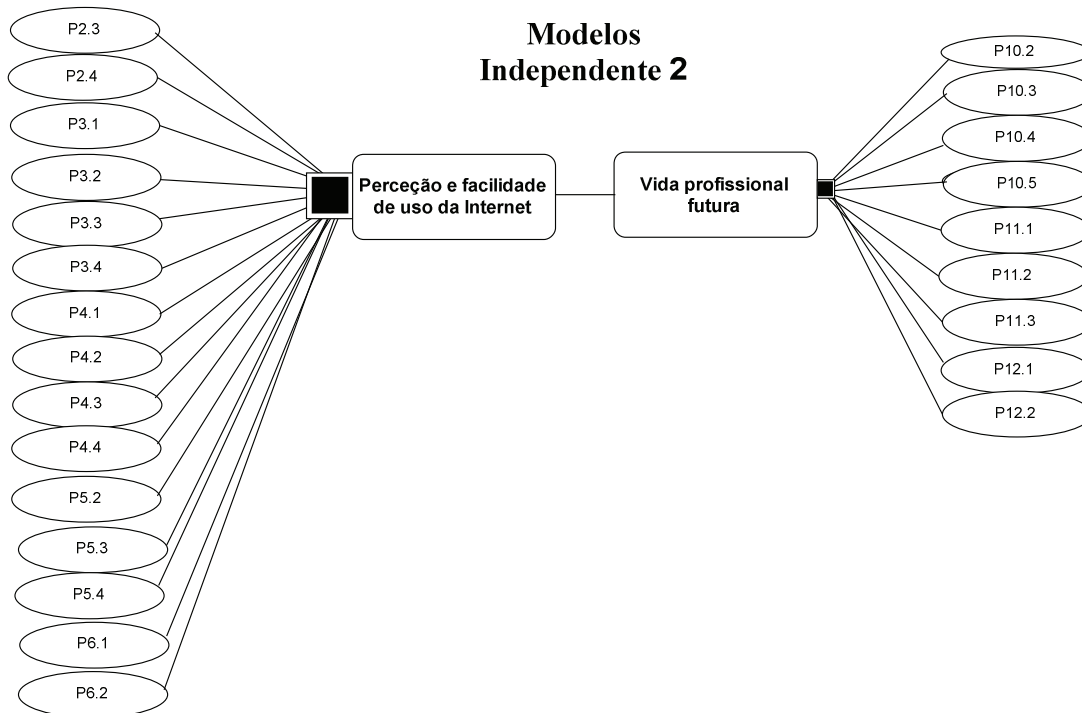
Na avaliação da consistência interna da escala, do modelo que foi reconstituído como mostram as figuras 18 e 19, foi calculado o alfa de Cronbach para o modelo hipotético 1 e o modelo hipotético 2. No primeiro momento de avaliação, o alfa de Cronbach foi baixo (ver tabela 4). No estudo da fidelidade ou na avaliação da consistência interna dos itens foi calculado o alfa de Cronbach para a escala total, tendo-se obtido um valor 0.536 (valor inferior a 0.70 que gostaríamos de atingir), o que revela uma consistência interna maior do que tínhamos inicialmente. Esta situação levanta a hipótese de existir pegada digital que pode influenciar positiva ou negativa a vida profissional futura. Assim sendo, estamos face a uma dimensão que nos parece muito importante na descrição dos comportamentos dos alunos com o uso das redes sociais. O índice obtido é tão reduzido que julgamos fazer sentido novamente alguma reflexão com os alunos para tentarmos perceber o seu entendimento da redação que demos aos comportamentos refletidos nos itens.

**Tabela 5: Alfa Final**

Alfa de Cronbach final			
Modelo hipotético Final	<i>Pegada Digital</i>	<i>Vida profissional futura</i>	<i>Percepção e facilidade de uso da internet</i>
Alfa Cronbach	0.536	0.536	0,536



**Figura 18: Modelo Independente 1**



**Figura 19: Modelo Independente 2**

### **5.3 Coeficiente de Correlação de Pearson**

Consiste num teste que averigua se duas ou mais variáveis intervalares estão associadas. Para além disso, e na presença de uma associação significativa entre as variáveis, este coeficiente de correlação permite-nos avaliar a direção (positiva e negativa) e magnitude (variando entre +1 e -1) dessa mesma associação. Uma correlação de +1 significa que há uma correlação positiva perfeita entre duas variáveis. Graficamente, obteremos um conjunto de pontos que se sobrepõem, na íntegra, a uma diagonal ascendente. Em contraste, uma correlação de -1 significa que há uma correlação negativa perfeita entre duas variáveis e, graficamente, estaremos perante um conjunto de pontos que se sobrepõem, na íntegra, a uma diagonal descendente (Leech, Barrett, & Morgan, 2005; Martins, 2011).

Definidos os itens que foram conceptualizados para o modelo hipotético 1, como mostra a figura 18, e o modelo hipotético 2 (figura 19), face aos níveis moderados dos coeficientes de correlação obtidos com a variável dependente vida profissional futura,

em que os itens sinalizados a amarelo apresentam uma correlação positiva (os coeficientes estatisticamente +1). Os resultados, em parte, podem ser explicados pelo facto de os alunos já terem fotografia nas redes em que estão identificados e já seguirem a pegada de alguém nas redes sociais para recuperarem endereços perdidos e considerarem a web como uma plataforma para se lançarem profissionalmente.

Neste caso, a correlação encontrada entre os variáveis do modelo 1 independente com a vida profissional futura é que as variáveis que estão sinalizadas com a cor amarela apresentam correlações positivas significativas; (Sing=0,000), sendo a menor entre a 13.8 (-0,035) e a maior entre a satisfação 13.11 (0,363).

**Tabela 6: Correlação do modelo Independe 1**

		Correlations <sup>a</sup>											
		P13.2	P13.3	P13.4	P13.5	P13.6	P13.7	P13.8	P13.9	P13.10	P13.11	P13.12	SomaVPF
P13.2	Pearson Correlation	1	,262**	,045	,208**	,105	,212**	,095	,144*	,107	,122*	,163**	,115*
	Sig. (2-tailed)		,000	,423	,000	,060	,000	,091	,010	,057	,030	,003	,040
P13.3	Pearson Correlation	,262**	1	,151**	-,115*	-,028	,227**	,121*	,156**	,196**	,196**	,216**	,216**
	Sig. (2-tailed)	,000		,007	,040	,623	,000	,030	,005	,000	,000	,000	,000
P13.4	Pearson Correlation	,045	,151**	1	,292**	,063	,171**	,171**	,079	,060	,129	-,006	,095
	Sig. (2-tailed)	,423	,007		,000	,261	,002	,002	,159	,287	,021	,919	,089
P13.5	Pearson Correlation	-,208**	-,115*	,292**	1	,314**	-,029	,034	-,106	,000	-,010	-,099	,097
	Sig. (2-tailed)	,000	,040	,000		,000	,600	,540	,059	,997	,856	,076	,083
P13.6	Pearson Correlation	,105	,029	,063	,314**	1	,035	,003	,075	,103	,034	,096	,120*
	Sig. (2-tailed)	,060	,623	,261	,000		,528	,951	,180	,065	,542	,087	,032
P13.7	Pearson Correlation	,212**	,227**	,171**	-,029	-,035	1	,233**	,166**	,169**	,147**	,194**	,047
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,600	,528		,000	,003	,002	,008	,000	,458
P13.8	Pearson Correlation	,095	,121*	,171**	,034	,003	,233**	1	,084	,055	,092	,154**	-,035
	Sig. (2-tailed)	,091	,030	,002	,540	,951	,000		,133	,324	,099	,006	,532
P13.9	Pearson Correlation	,144*	,156**	,079	-,106	,075	,166**	,084	1	,286**	,324**	,364**	,186*
	Sig. (2-tailed)	,010	,005	,159	,059	,180	,003	,133		,000	,000	,000	,001
P13.10	Pearson Correlation	,107	,196**	,060	,000	,100	,169**	,055	,206**	1	,265**	,265**	,294**
	Sig. (2-tailed)	,057	,000	,287	,997	,065	,002	,324	,000		,000	,000	,000
P13.11	Pearson Correlation	,122*	,196**	,129	-,010	-,034	,147**	,092	,374**	,265**	1	,308**	,352**
	Sig. (2-tailed)	,030	,000	,021	,856	,542	,008	,099	,000	,000		,000	,000
P13.12	Pearson Correlation	,163**	,218**	-,006	-,099	,096	,194**	,154**	,364**	,265**	,308**	1	,233**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,919	,076	,097	,000	,006	,000	,000	,000	,000	
SomaVPF	Pearson Correlation	,115*	,216**	,095	,097	,120*	,042	-,035	,186**	,294**	,352**	,233**	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,089	,083	,032	,458	,532	,001	,000	,000	,000	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Listwise N=320

A correlação para o modelo hipotético 2 com a vida profissional futura já utiliza redes sociais para entrar em contacto com as pessoas conhecidas ou desconhecidas para aumentar os seus contactos, para tornar mais popular e utilizam já variedades de tarefas que estão disponíveis na web. (Sing=0,000), sendo a menor entre a P5.2 (-0,024) e a maior entre a satisfação P3.2 (0,363).

**Tabela 7: Modelo Independente 2**

Correlations<sup>c</sup>

	P2.4	P2.3	P3.1	P3.2	P3.4	P4.1	P4.2	P4.3	P4.4	P5.2	P5.3	P5.4	P6.1	P6.2	SomaVP F
P2.4 Pearson Correlation	1	,120*	,297**	,146**	,009	,108	-,011	,159**	,137*	,053	,060	,090	,100	,051	,154**
P2.4 Sig. (2-tailed)		,032	,000	,009	,071	,053	,030	,004	,010	,340	,206	,106	,074	,362	,006
P2.3 Pearson Correlation	,120*	1	,096	,103	,116*	,144**	-,114*	,110*	,068	-,023	,101	,083	,166**	-,085	,189**
P2.3 Sig. (2-tailed)	,032		,085	,065	,038	,010	,041	,049	,302	,682	,070	,137	,005	,250	,001
P3.1 Pearson Correlation	,297**	,096	1	,269**	,177*	,063	,010	,171**	,048	,179**	,080	,031	,145**	,116*	,249**
P3.1 Sig. (2-tailed)	,000	,085		,000	,023	,263	,865	,002	,389	,001	,156	,579	,006	,038	,000
P3.2 Pearson Correlation	,146**	,103	,269**	1	,107	-,090	,119*	,025	,011	,078	,107	,045	,020	,086	,163**
P3.2 Sig. (2-tailed)	,009	,065	,000		,055	,110	,033	,662	,842	,164	,055	,424	,725	,123	,000
P3.4 Pearson Correlation	,009	,116*	,127*	,107	1	,049	,076	,032	,140*	-,061	-,036	,074	,050	,134*	,077
P3.4 Sig. (2-tailed)	,871	,038	,023	,055		,379	,173	,073	,012	,360	,515	,185	,371	,010	,169
P4.1 Pearson Correlation	,108	,144**	,063	-,090	,049	1	-,158**	,100	,162**	-,015	,075	,163**	,205**	,026	,095
P4.1 Sig. (2-tailed)	,053	,010	,263	,110	,379		,005	,074	,202	,006	,783	,182	,006	,641	,089
P4.2 Pearson Correlation	-,011	-,114*	,010	,119*	,076	-,158**	1	,071	-,019	,154**	-,037	-,091	,155**	,167**	,017
P4.2 Sig. (2-tailed)	,838	,041	,865	,033	,173	,005		,202	,741	,006	,510	,105	,000	,003	,766
P4.3 Pearson Correlation	,159**	,110*	,171**	,025	,032	,100	,071	1	,220**	-,014	,106	,058	,066	,037	,141*
P4.3 Sig. (2-tailed)	,004	,049	,002	,662	,573	,074	,202		,000	,807	,058	,304	,216	,508	,011
P4.4 Pearson Correlation	,152**	,058	,048	,011	,140*	,152**	-,019	,220**	1	,043	,049	,160**	-,031	-,060	,066
P4.4 Sig. (2-tailed)	,018	,302	,389	,842	,012	,006	,741	,000		,444	,388	,004	,576	,284	,236
P5.2 Pearson Correlation	,053	-,023	,179**	,078	-,051	-,015	,154**	-,014	,043	1	,118*	-,165**	,044	,003	-,024
P5.2 Sig. (2-tailed)	,340	,682	,001	,164	,360	,783	,006	,907	,444		,035	,005	,431	,952	,665
P5.3 Pearson Correlation	,090	,101	,080	,107	-,036	,075	-,037	,108	,049	,118*	1	,080	,175**	,010	,111*
P5.3 Sig. (2-tailed)	,236	,070	,156	,055	,515	,182	,510	,058	,388	,035		,114	,002	,858	,048
P5.4 Pearson Correlation	,090	,083	,031	,045	,074	,163**	-,091	,058	,160**	-,155**	,089	1	,139*	,127*	,202**
P5.4 Sig. (2-tailed)	,136	,137	,579	,224	,185	,006	,105	,304	,004	,005	,114		,015	,023	,000
P6.1 Pearson Correlation	,130	,166**	,145**	,020	,050	,205**	,155**	,069	-,031	,044	,175**	,139*	1	,258**	,081**
P6.1 Sig. (2-tailed)	,074	,003	,009	,723	,371	,000	,006	,218	,576	,431	,002	,013		,000	,001
P6.2 Pearson Correlation	,051	-,065	,116*	,086	,134*	,026	,137**	,037	-,060	,003	,010	,127*	,258**	1	,231**
P6.2 Sig. (2-tailed)	,352	,250	,038	,123	,016	,641	,003	,508	,284	,952	,858	,023	,000		,000
SomaVPF Pearson Correlation	,161**	,180**	,240**	,363**	,077	,095	,017	,141*	,066	,024	,111*	,202**	,181**	,231**	1
SomaVPF Sig. (2-tailed)	,026	,001	,000	,000	,169	,089	,766	,011	,236	,665	,048	,000	,001	,000	

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Listwise N=320

## 5.4 Análise de regressão múltipla

A análise de regressão múltipla é uma técnica estatística que determina as relações lineares entre um conjunto de independente (preditores) e um único dependente (critério) e determina qual a melhor combinação do conjunto de preditores para prever esse critério singular. Que pode ser usada para analisar relação entre uma variável dependente (critério) e variáveis independente (preditores) (Hair, Tatham, Anderson, & Black, 2007; Leech et al., 2005).

Existem três métodos principais de regressão linear, que diferem quanto ao método usado para fazer entrar as variáveis em análise: *Standard* ou Simultâneo; *Stepwise*; Hierárquico.

Método passo a passo de seleção de variáveis para inclusão no modelo de regressão que começa selecionando o melhor preditor da variável dependente. Variáveis independentes adicionais são selecionadas em termos do poder explicativo incremental que podem acrescentar ao modelo de regressão. Uma variável é adicionada de cada vez, de acordo com um critério preestabelecido.

Método Hierárquico, a ordem em que as variáveis entram é determinado pelo investigador. As variáveis podem entrar uma a uma em blocos ou por uma combinação de ambos os procedimentos.

Método Simultâneo é quando todas as variáveis entram ao mesmo tempo.

Na análise de regressão foram eliminados as variáveis que demonstraram valores de correlação baixos.

Depois de vários testes de regressão com diferentes combinações dos variáveis independentes, o valor mais alto de *adjusted R<sup>2</sup>* ficou 0,159 que é igual com 16% da variância explicado na vida profissional futura pela combinação dos seguintes três variáveis independentes (13.3: “Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em o teu nome aparece online”? 13.10:”Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste endereço”;13.11:”Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?”). Na tabela 10, os valores de  $\beta$  (Beta) são indicados na maior contribuição a equação é variável “Olhas para Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?” (13.11) ( $\beta=0,258$ ), mas as outras variáveis tem uma contribuição pequena (Tabela 10).

**Tabela 8: Modelo Independente 1**

Modelo	R	R <sup>2</sup>	Quadrado ajustado	Erro padrão estimativa
1	,409 <sup>a</sup>	,167	,159	,69252
a. Predictors: (Constant), [Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?], [Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em que o teu nome aparece online?], [Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste o endereço?]				

A tabela 8 apresenta os resultados de uma ANOVA aplicada para avaliar o significado da regressão e, portanto, da correlação múltipla). Observa-se que a

correlação múltipla de 0,409 é significativa ( $p < 0,001$ ) pelo qual é de aceitar a regressão múltipla.

**Tabela 9: Modelo Independente 1 Anova**

Modelo		Suma dos Quadrados	df	Quadrados Médios	F	Sig.
1	Regressão	30,356	3	10,119	21,099	,000 <sup>b</sup>
	Resíduos	151,546	316	,480		
	Total	181,902	319			
a. Dependente Variável: SomaVPF						
b. Preditores: (Constante), [Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?], [Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em que o teu nome aparece online?], [Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste o endereço?]						

Na tabela 10 encontra mais detalhes, das variáveis independentes, os coeficientes estandardizados Beta ( $\beta$ ) um teste t para significado dos coeficientes. As três variáveis independentes tiveram coeficiente positivo e significativo: P.13.3: “Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em o teu nome aparece *online*”? ( $p < 0,016$ ), P.13.10: “Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste endereço” ( $p < 0,001$ ), P.13.11: “Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?” (0,001).

**Tabela 10: modelo Independente 1 Coeficientes**

Modelo		Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constante)	3,262	,087		37,388	,000
	P.13.3	,002	,001	,129	2,417	,016
	P.13.10	,003	,001	,184	3,388	,001
	P.13.11	,004	,001	,258	4,795	,000
a. Dependente Variável: SomaVPF						

(Nota: sig. =,000 significa  $p < 0,001$ )

Depois de vários testes de regressão com diferentes combinações dos variáveis independentes, o valor mais alto de *adjusted*  $R^2$  ficou 0,199 que é igual com 20% da

variância explicado na vida profissional futura pela combinação das seguintes quatro variáveis independentes (P.3.1:”usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social “P.3.2:”usar redes sociais vai me fazer mais popular”;P.5.4:”sempre ligado á rede”;P.6.2:”utilizas internet para variedade de tarefas (relatórios, ensino a distancia, etc.)”). Os valores de  $\beta$  (Beta) com maior contribuição a equação é variável “usar redes sociais vai me fazer mais popular” (3.1) ( $\beta=0,302$ ), mas as outras teres variável tem uma contribuição pequena (Tabela 13).

**Tabela 11: Modelo independente 2 Model Summary**

Modelo	R	R <sup>2</sup>	Quadrado ajustado	Erro padrão estimativa
1	,457 <sup>a</sup>	,209	,199	,67585
a. Preditores: (Constante), [Utilizas Internet para uma variedade de tarefas (relatório individual, ensino a distancia, etc)], [Usar redes sociais vai me fazer mais popular], [Sempre ligado à rede.], [Usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social]				

A tabela 12 apresenta os resultados de uma ANOVA aplicada para avaliar o significado da regressão e, portanto, da correlação múltipla. Observa-se que a correlação múltipla de 0,457 é significativa ( $p < 0,001$ ) pelo qual é de aceitar a regressão múltipla.

**Tabela 12: Modelo independente 2 Anova**

Modelo		Soma dos Quadrados	df	Quadrados Médios	F	Sig.
1	Regressão	38,019	4	9,505	20,809	,000 <sup>b</sup>
	Residual	143,883	315	,457		
	Total	181,902	319			
a. Dependente Variable: SomaVPF						
b. Preditores: (Constante), [Utilizas Internet para uma variedade de tarefas (relatório individual, ensino a distancia, etc.)], [Usar redes sociais vai me fazer mais popular], [Sempre ligado à rede.], [Usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social]						

Na tabela 13 há mais detalhes sobre a regressão dos coeficientes de regressão (B) das variáveis independentes, os coeficientes estandardizados Beta ( $\beta$ ) um teste t para significado dos coeficientes. As quatro variáveis independentes tiveram coeficiente positivo e significativo: ( $p < 0,011$ ), P.3.1:”usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social “( $p < 0,001$ ),P.3.2:”usar redes sociais vai me fazer mais popular”; ( $p < 0,001$ ),P.5.4:”sempre ligado á rede”; ( $p < 0,002$ ),P.6.2:”utilizas internet para variedade de tarefas (relatórios, ensino a distancia, etc))”

**Tabela 13: Modelo Independente 2 Coeficientes**

Modelo		Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constante)	3,156	,098		32,069	,000
	P.3.1	,002	,001	,134	2,546	,011
	P.3.2	,026	,005	,302	5,775	,000
	P.5.4	,013	,004	,176	3,491	,001
	P.6.2	,003	,001	,157	3,094	,002
a. Dependente Variável: SomaVPF						

## 5.5 Coeficiente de correlação de Sperman

Utilizando o teste de correlação de Sperman para encontrar relação entre a pegada digital em função da idade entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde, não encontramos resultados estatisticamente significativo,  $r_s = -.061$ ,  $p = .275$ . Existe uma correlação negativa entre pegada digital e idade.

**Tabela 14: Analise descritiva face pegada digital e idade**

		Idade	
Pegada digital		<i>Idade</i>	
		<i>r</i>	<i>p</i>
		<i>-.061</i>	<i>.275</i>

Utilizando o Teste Anova para estudar a diferença entre a pegada digital face à área de formação, foram encontradas médias ligeiramente elevadas nos alunos da área de Ciências Exata de Engenharia e Tecnologias ( $M=35,7626$ ,  $dp=7,73902$ ) e médias mais baixas na área Ciências Sociais Humanas Letras e Línguas ( $M=32,5676$ ,  $dp=8,03306$ ), os resultados permitem inferir diferenças estatisticamente significativas [ $F(3,610) = 3 \quad p = .014$ ]. Recorrendo ao teste Post Hoc de Scheffe, constataram-se diferenças estatisticamente significativas entre Ciências Exata de Engenharia e Tecnologias e Ciências Sociais Humanas Letras e Línguas ( $p=.040$ ).

**Tabela 15: Análise descritiva face pegada digital e área de formação**

Area de formação				
Pegada Digital	<i>CSHLL</i>	<i>EEJP</i>	<i>CVAS</i>	<i>CEET</i>
	( <i>n= 37</i> )	( <i>n= 114</i> )	( <i>n= 30</i> )	( <i>n=139</i> )
	<i>Média (DP)</i>	<i>Média (DP)</i>	<i>Média (DP)</i>	<i>Média (DP)</i>
	<i>32,5676</i>	<i>32,8509</i>	<i>35,4000</i>	<i>35,7626</i>
	<i>(8,03306)</i>	<i>(8,33293)</i>	<i>(7,23783)</i>	<i>(7,73902)</i>

Utilizando o teste de correlação de Ponto-Bisserial ( $r_{pb}$ ) para explicar a relação entre a pegada digital em função do sexo entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde, verificaram-se resultados estatisticamente significativo,  $r_s = -.122$ ,  $p = .029$ . Existe uma correlação negativa entre pegada digital e sexo.

**Tabela 16: Análise descritiva face pegada digital e sexo**

Sexo		
Pegada Digital	<i>sexo</i>	
	<i>r<sub>(pb)</sub></i>	<i>p</i>
	<i>-.122</i>	<i>.029</i>

Utilizando o teste de correlação de Pearson ( $r$ ) para explicar a relação entre a pegada digital em função da vida profissional futura entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde verificaram-se resultados estatisticamente significativos,

$r_s=.350$ ,  $p=.000$  existe uma correlação positiva entre pegada digital e vida profissional futura.

**Tabela 17: Análise descritiva face pegada digital e vida profissional futura**

Vida Profissional Futura		
Pegada Digital	<i>Vida Profissional futura</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
	<i>.350</i>	<i>.000</i>

Utilizando o teste de correlação de Pearson ( $r$ ) para explicar a relação entre a pegada digital em função da percepção e facilidade e uso de internet entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde, observaram-se resultados estatisticamente significativos,  $r_s=.490$ ,  $p=.000$  existe uma correlação positiva entre pegada digital e percepção e facilidade e uso de internet.

**Tabela 18: Análise descritiva face pegada digital e percepção e facilidade e uso de internet**

Percepção Facilidade e Uso de Internet		
Pegada Digital	<i>Percepção e Facilidade e Uso de Internet</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
	<i>.490</i>	<i>.000</i>

Utilizando o teste Kruskal-Wallis ( $\chi^2$ ) para explicar a diferença entre a pegada digital em função do ano escolaridade entre os estudantes do ensino superior de Cabo Verde, apuraram-se resultados estatisticamente significativos  $\chi^2(5) = 12,096$ ,  $p = .033$ .

Neste caso, recorre-se ao teste Mann-Whitney que nos permite comparar dois grupos. Encontraram-se diferenças estatisticamente significativas entre os anos do curso face a pegada digital do 1ºano e do 4ºano,  $p = .014$ ; 2ºano e 4ºano,  $p = .017$  e 3ºano e 4ºano,  $p = .028$ .

## **5.6 Discussão dos Resultados**

Considerando os desafios que se colocam, no decurso da investigação esteve sempre presente a pretensão de perceber como a pegada digital influencia a vida profissional futura dos estudantes universitários de Cabo Verde. Analisando os dados recolhidos, é possível responder à questão da investigação inicialmente formulada. Todas estas variáveis, de índole mais contextual que pessoal, afetam a vida profissional futura. A sua adaptação foi com intuito de perceber como os alunos estão a comportar-se perante as redes sociais deixando nelas a sua pegada digital.

Nesta fase, procurando uma maior atenção à construção e validação, os itens estavam distribuídos por seis fatores, onde a variável pegada digital é um mediador, porque a relação entre as variáveis independente e dependente é explicada pela pegada digital (Baron & Kenny, 1986). Após testar as suposições paramétricas, onde foi testada a normalidade, que permitiram avaliar, o limite indicado pela literatura que são -1 e +1. Os itens, que estavam fora de normalidade, foram transformados para ficar dentro da normalidade (tabela 3).

Esta investigação teve início com 44 itens diferentes, presentes no primeiro modelo hipotético. Após análises estatísticas de conteúdo, ficaram reduzidos a 34 itens divididos em dois modelos hipotéticos. Decorreu daqui a redução do número de itens, conforme mostra a figura 17.

O modelo inicial foi reconstruído e foi dividido em dois modelos separados, em que o variável dependente ficou a vida profissional futura. No modelo 1, a variável independente ficou a pegada digital, enquanto no modelo 2 ficou a perceção e facilidade e uso de Internet. No caso do variável dependente, foi criada a soma de escala utilizando os itens de medida com consistência interna aceitável. Contudo, a divisão do modelo foi necessária, porque a consistência interna das variáveis independentes originais não foi adequada, por isso cada item das variáveis independentes originais passaram a ser variáveis independentes dos novos modelos como mostra a tabela 4. (Leech et al., 2005).

Podemos concluir que o Modelo Hipotético 1 da tabela 11 explica 16% da variância na vida profissional na combinação das seguintes três variáveis independentes (P.13.3;P.13.10;P.13.11). A variável que tem maior contribuição é a variável que mede

a utilização de Web para obter informações de carácter profissional ou interesses (P.13.11), porque tem o maior Beta ( $\beta=0,258$ ), estatisticamente significa que a maioria dos inquiridos concorda que é importante usar rede social racionalmente porque, isso mostra que os estudantes universitários cabo-verdianos estão a ter cuidado, estão cientes de que o currículo de hoje em dia passa pelo perfil que temos nas redes sociais, porque o mundo está cada vez mais *online*, comparando com um estudo que foi realizado pelo (Wang, Norcie, & Komanduri, 2011) que tiveram como amostra 328 estudantes universitários e conclui que eles olham para web pensando já na aprendizagem e na perspectiva de emprego.

O modelo Hipotético 2 da figura 18 explica 20% da variância na vida profissional futura com a combinação de quatro variáveis independente (P.3.1:”usar um site nas redes sociais permite expandir o meu circulo de contacto social “P.3.2:”usar redes sociais vai me fazer mais popular”;P.5.4:”sempre ligado á rede”;P.6.2:”utilizas internet para variedade de tarefas (relatórios, ensino a distancia, etc.”). A variável com maior contribuição é o poder das redes sociais de tornar as pessoas mais populares (P.3.2) porque tem a maior Beta ( $\beta=0,302$ ). Esta situação levanta-nos hipótese de que os alunos usam redes sociais para se projetarem em termo de popularidade, cujos efeitos podem ser positivos ou negativos.

Relativamente à idade, não encontramos resultados de relação significativos face à pegada digital  $r_s = - .061$ ,  $p = .275$ , porque quando aumenta a idade diminui a pegada digital, existe uma relação negativa face à pegada digital.

Em relação ao sexo, encontramos relação negativa entre os sexos face à pegada digital, isto é, tanto as raparigas como os rapazes revelam que há uma relação significativa. Os valores obtidos apontam que há pegada digital face a sexos.

Face aos objetivos do estudo, mais concretamente verificar a pegada digital face a áreas de formação académica, observaram-se diferenças estatisticamente significativas entre Ciências Exata de Engenharia e Tecnologias e Ciências Sociais Humanas Letras e Línguas ( $p=.040$ ) (ver tabela 14). Os alunos da área de Ciências Exatas de Engenharia e Tecnologias, face à natureza dos seus cursos e disciplinas curriculares, têm melhor perceção na área de tecnologias, com um uso diário Internet, que faz aumentar a sua pegada digital, que pode ser negativa ou positiva.

A relação entre pegada digital face à vida profissional futura foi estatisticamente positiva como retrata a tabela 16. A percepção dos alunos sobre o uso das redes sociais mostra que a pegada digital pode aumentar a oportunidade de emprego na vida futura. Comparando o meu estudo com o (Gialamas, Nikolopoulou, & Koutromanos, 2013b), os alunos concordaram que Internet pode ter um impacto positivo na vida profissional futura.

No que diz respeito à variável percepção e facilidade de uso de Internet em relação com pegada digital, esta é estatisticamente significativa (ver tabela 17). Verifica-se uma elevada percentagem de uso de Internet em resultado do projeto “Mundo Novo”, implementado pelo governo em todas as ilhas de Cabo Verde, e da aquisição de computadores portáteis para os alunos com problemas financeiros. O estudo mostra que maioria dos alunos já tem um portátil ou computador, o que nos leva a afirmar que quanto maior for o uso de internet maior será a nossa pegada digital, que pode ser passiva ou ativa.

Por último, no que diz respeito à diferença entre a pegada digital e o ano de frequência de determinado curso, verifica-se que há diferenças significativas entre o 1º e o 4ºano; o 2º e o 4ºano; o 3ºano e o 4ºano. Podemos então concluir que, ao longo dos respetivos cursos, os estudantes agem de forma racional em relação à pegada digital.

## CONCLUSÕES

Neste trabalho, discute-se as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, especificamente à discussão gerada acerca da pegada digital. Como resultado prático desta evolução, percebemos que andamos a fazer nas redes sociais pode ter um impacto na nossa vida profissional.

A pesquisa bibliográfica e questionários que foram aplicados a alunos universitários de Cabo Verde permitiram compreender mais detalhadamente o fenómeno pegada digital ou "rasto" que são deixados nas páginas web.

A utilização das redes sociais on-line, que podemos chamar da pegada digital é um fenómeno recente porque hoje em dia o nosso currículo é consultado muitas vezes pelo que andamos a fazer nas redes sociais. Também há empresas que recorrem às redes sociais on-line no processo de recrutamento porque os custos são reduzidos, há maior rapidez do processo, onde a possibilidade de fazer uma pesquisa mais direcionada à qualidade dos candidatos que conseguem recrutar.

O acesso à informação e à tecnologia são alguns privilégios que a humanidade já conquistou. Por meio delas as pessoas absorvem o conhecimento, podendo transformar as suas vidas.

Como já foi dito anteriormente, este trabalho teve como objetivo estudar a percepção nos jovens da importância da sua pegada digital na vida profissional futura, no ensino superior de Cabo Verde assim como verificar se os alunos universitários estão a ter cuidado em postar conteúdos, troca de informações, manifestações, opiniões, atitudes nas redes sociais com a consciência que essas atitudes podem vir a prejudicar a sua vida profissional no futuro.

Tendo em conta que Cabo Verde é formado por ilhas com diferentes graus de desenvolvimento há que realçar que as ilhas menos desenvolvidas serão as que têm menos pegada digital. Por essa razão que salientamos sobre como projeto "Mundo

Novo” tem como objetivo a modernização do processo de ensino através da utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação.

Em paralelo, o estudo analisa o impacto dessa Pegada Digital, ou seja, se esta materializa-se como mais um – e importante – elemento de formação da imagem, credibilidade e reputação dos alunos universitários.

A terminar, julgamos que os resultados obtidos no nosso estudo empírico, aqui apresentado permitiu reforçar a importância de ter uma pegada digital positiva porque é uma porta aberta na vida profissional futura. Além disso o nosso estudo relata que os alunos na área de Ciências Exatas de Engenharia e Tecnologias tem melhor consciência da sua pegada digital do que os alunos da área Ciências Sociais Humanas Letras e Línguas, Ciências Sociais Humanas Letras e Línguas.

Entende-se com a reflexão apresentada, que a sociedade de informação coloca novos desafios a todos os cidadãos como por exemplo aprender a informar-se, a comunicar, comparar, decidir, cooperar. Estes desafios exigem uma resposta inovadora por parte das instituições, onde se inclui o Ministério da Educação.

As plataformas da Web 2.0 social parecem ser ferramentas particularmente capazes de contribuir para satisfazer alguns dos propósitos na vida profissional futura, nomeadamente os relacionados com visibilidade, transparência, abertura, comunicação e integração com o meio ambiente e os stakeholders, na partilha de informação.

## **5.1 Trabalho Futuro**

Em futuros importará aprofundar esta análise tomando amostra consistente de alunos por curso, fazer acompanhar uma análise quantitativa aliada a outra mais qualitativa, tomando por exemplo dois pequenos grupos contrastados em termos de uso de internet (quem mais utiliza e quem menos utiliza), assim analisando as respostas não em termos de dimensões mas sobretudo avaliando as verbalizações quanto ao conteúdo de cada item específico. Pode ser realizado futuramente, pensar em adotar a metodologia apresentada neste documento para prosseguir com uma abordagem comparativa afim de se qual aferir percepção da pegada digital com a vida profissional futura dos alunos universitários cabo-verdianos.

Na verdade, estas análises complementares são fundamentais, elas podem antecipar que um dos objetivos essenciais do nosso trabalho dirigido à construção e validação de uma escala nesta área pretende a servir de ajuda aos alunos nos seus comportamentos perante esse fenómeno que é “Pegada Digital”

## **5.2 Limitações**

No processo de desenvolvimento desta dissertação com é habitual, emergiram algumas limitações que condicionaram a elaboração deste estudo.

O fenómeno das redes sociais *on-line* é uma realidade recente e ainda á há u grande número de alunos que não estão cautelosos em postar determinadas conteúdos na *Web*, podendo assim subsistir uma pegada digital negativa.

Neste estudo outras dificuldades foram encontradas, como por exemplo o número reduzido de alunos (participantes), para a constituição da amostra. Por outro lado, a ausência de apoio financeiro para concretização do estudo.

Após um pedido formulado ao Ministério Educação de Cabo Verde, se conseguiu uma maior adição ao questionário.

## Referências

- Almeida, L. S., & Freire, T. (2003). *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação*. (Psiquilíbrios, Ed.) (3ª edição ., p. 232).
- Ambrosio, P. K. and C. P. (2010). Online Reputation Management. Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://brandyourself.com/links#/links>
- Anac. (2011). *Estatística do mercado de serviços de comunicações e eletrónicas acessíveis ao público em Cabo Verde* a no de 2011. Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/FawxOe>
- Anderson, P. (2007). *What is web 2.0? Ideas, technologies and Implications For Education*. Recuperado em 10 Setembro, 2013, de <http://goo.gl/slnEE5>
- Aresta, M. S. L. (2011). A construção da identidade em ambientes digitais, 248. Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/wKWOje>
- Ascensão, J. de O., Cordeiro, P., Lewinsky, S. Von, Lieder, J., Mota, J. L. da, Vide, C. R., & Vitorino, A. de M. (1999). *Sociedade da Informação*. (L. A.- Coimbra, Ed.) (p. 137).
- Baron, M. B., & Kenny, A. D. (1986). The moderator-mediator variable distinction in psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations., *Journal of*, 51, 1173–1182.
- Beltramin, L.(2011). *Estratégia pode definir emprego via web*. Recuperado em 11 Novembro, 2012 de <http://goo.gl/82T7BU>
- Boyd, D. (2001). *Faceted identity: Managing representation in a digital world*. A.B. Computer Science. Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology. Master of Science in Media Arts and Sciences Recuperado em 10 Setembro 2013 de <http://goo.gl/qJWVvD>
- Bodgan, R. & Biklen, S. (2010). *Investigação Qualitativa em Educação*. Porto, Portugal: Porto Editora.
- Bologna Declaration. (1999). Recuperado em 20 Setembro, de 2013 de <http://migre.me/9kvdd>
- Cardozo, N. B. & Burns, J. (2005). *Who's in charge of who i am: Identity And law Online*. New york , ny 10003 united states. Recuperado em 9 setembro, 2012, de <http://goo.gl/FLHhVk>
- Carvalho, A. A. A. (2008). *Manuel de ferramentas da web 2.0 para professores* Recuperado em 9 setembro, 2012, de <http://goo.gl/pwsDSr>

- Castells, Manuel. (1996). *The one-dimensional Network Society*. Recuperado em 1 setembro, 2012, de <http://goo.gl/2s471S>
- Castells, M. (2004). *A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Recuperado em 4 Setembro, 2012, de <http://goo.gl/zWoCQT>
- Castells, M. (2000). *A sociedade em rede*. (R. V. & K. B. G. Majer, Ed.) (2º Edição.). Recuperado em 15 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/wB0XvD>
- CERN. (2008). A proposta de Tim Berners-Lee - [cern.info.ch](http://info.cern.ch). Recuperado em 10 Julho, de 2013, <http://info.cern.ch/Proposal.html>
- Childs, M. (2011). *Identity: A Primer*. (S. Londres, Ed.) (pp. 13–31). doi:10.1007/978-0-85729-361-9\_2
- Coelho, J. D., Monteiro, A. S., Tomé, F., Mamede, H., Almeida, J. G., Pinto, L., & Vidigal, L. (2012). *Repensar a Sociedade da Informação e do Conhecimento no Início Século XXI 10 Anos de Fóruns da Arrábida*. (Sílabo, Ed.) (1ª ed. Lis., p. 383). Recuperado em 18 Julho, de 2013 <http://goo.gl/maLCZ1>
- Costa, C., & Torres, R. (2011). To be or not to be , the importance of Digital Identity in the networked society. Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/xga7UT>
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. (S. A. Almedina, 80 Rua Fernandes Tomás nº s 76, 78, & 3000-167 Coimbra, Eds.) (2.ª Edição., p. 412). Recuperado em 10 Março, de 2013 <http://goo.gl/H6b3ZD>
- Dias, G. M. (2009). Uso da Web 2 . 0 pelas organizações brasileiras : Quais são as contribuições dos novos recursos para alavancar a gestão do conhecimento ? Uso da Web 2 . 0 pelas organizações brasileiras : Quais são as contribuições dos novos recursos para alavancar a gest. Recuperado em 10 Julho, de 2013 <http://goo.gl/Z0Rvol>
- Ferriter W. M. (2011) *Pegadas digitais*. Recuperado em 5 setembro, 2012, de <http://goo.gl/u48Mcj>
- Fish, T. (2010). *My digital footprint*. Recuperado em 10 setembro 2012 de <http://www.tonyfish.com/>
- Flick, W. (2005). *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Lisboa: Monitor.
- Fortin, M.-F. (2009). *O processo de investigação – da concepção à realização*. Loures: lusociência.

- Franco, de A. (2008). *Escola de Redes: Novas Visões Sobre a Sociedade, o Desenvolvimento, a Internet, a Política e o mundo globalizado*. Domínio público: para a Escola-de-Redes. Recuperado em 7 setembro, 2012 de <http://migre.me/b6z xu>
- Hagite J. (2012). *Digital Footprint*. Recuperado em 7 setembro, 2012 de <http://goo.gl/x1JF0i>
- Gialamas, V., Nikolopoulou, K., & Koutromanos, G. (2013a). Student teachers' perceptions about the impact of internet usage on their learning and jobs. *Computers & Education*, 62, 1–7. doi:10.1016/j.compedu.2012.10.012
- Gialamas, V., Nikolopoulou, K., & Koutromanos, G. (2013b). Student teachers' perceptions about the impact of internet usage on their learning and jobs. *Computers & Education*, 62, 1–7. doi:10.1016/j.compedu.2012.10.012
- Gomes, A. S. (2011). *Web Trends - 10 Cases Made in Web 2.0, - WOOK, Descubra a nova dimensão do planeta Web 2.0* (Comunicart., p. 288). Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/YhV53A>
- Gonçalves, A. (2004). *Métodos e técnicas de investigação social I*, 1–123. Recuperado em 10 julho, de 2013 <http://goo.gl/WopUeL>
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2005). *O inquérito: teoria e prática*. [4ª ed.]. Oeiras: Celta Editora
- Gouveia, L. B. (2000). *Ambientes Virtuais Colaborativos: A Procura de Formas Alternativas de Interação*.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York, Anchor Books. Recuperado em 7 setembro, 2012 de <http://goo.gl/XUnZYK>
- Hair, J. F., Tatham, R. L., Anderson, R. E., & Black, W. (2007). *Análise Multivariada de Dados* (p. 593). Bookman. Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://goo.gl/SizARq>
- Hill, M. M., & Hill, A. (2002). *Investigação por Questionário*. (L. Sílabo, C. P. Mota, & A. de 2002 Lisboa, Eds.) (2ª Edição ., p. 375). Recuperado em 10 Setembro, de 2013 [www.silabo.pt](http://www.silabo.pt)
- Huang, W. C. & W. (2005). Proposing a framework to assess Internet usage in university education: an empirical investigation a student's perspective, 36, 237–253.
- Jaquet-Chiffelle., D.-O. (2009). *Identity R Evolution*.

- Jean-Marie (1999) *Metodologia da Recolha de Dados: fundamentos dos métodos de observações, de questionários, de entrevistas e de estudos de documentos*. Lisboa: instituto piaget.
- Kuhlemeier, H., & Hemker, B. (2007). The impact of computer use at home on students' Internet skills. *Computers & Education*, 49(2), 460–480. doi:10.1016/j.compedu.2005.10.004
- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate Statistics Use and interpretation*.
- LoveToKnow, C. (2010). Your Dictionary Images. Recuperado em 12 Julho, de 2013, 2013, <http://images.yourdictionary.com/mosaic>
- Mazman, S. G. & Usluel, Y. K. (2011). *The usage of social networks in educational context*. Recuperado em 4 Setembro, 2012 de <http://goo.gl/t8DrCw>
- Miller, H. (1995). *The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet. Embodied Knowledge and Virtual Space Conference*. Goldsmith's College, University of London. Recuperado em 7 setembro, 2012 de <http://goo.gl/Dm7upo>
- Martins, C. (2011). *Manual de análise de dados quantitativos com recurso ao IBM SPSS: Saber decidir, fazer, interpretar e reagir* (1<sup>o</sup> edição., p. 245).
- Mary Madden Associate Director Aaron Smith, Research Specialist Jessica Vitak, Research Associate, S. R. S. ;Susannah F. (2007). Digital Footprints: Online identity management and search in the age of transparency.
- Ministério do Ensino Superior, C. e I. (2013). ANUÁRIO ESTATÍSTICO.
- Nabeth, T. (2006). Understanding the Identity Concept in the Context of Digital Social Environments, 74–91. Recuperado em 10 Setembro, de 2013// <http://goo.gl/AOxVR2>
- Neves, A.(2011). *E-portefólios para a gestão da identidade digital*. Dissertação de mestrado, universidade de Aveiro.
- Neto, J. E. D. (2011). Redes Sociais e Recrutamento de Recursos Humanos Modelação do Perfil do Colaborador. Dissertação de mestrado. Universidade de Porto
- O'Reilly, M. (2011). Web 2.0 Summit Is a Wrap. Recuperado em 11 julho, de 2013, Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://www.web2summit.com/web2011>

- O'Reilly, T. (2005). O que é Web 2.0 - O'Reilly Media. Retrieved September 03, 2012, Recuperado em 10 Setembro, de 2013 <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- O'Keeffe, G.S & Clarke-Pearson, K. (2011). *The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families*. Pediatrics 2011;127;800;originally published Online March 28, 2011;DOI: 10.1542/peds.20110054. Recuperado em 06 Novembro, 2012, de <http://goo.gl/ki04QJ>
- Pacinho, M. (2009). Amostra e tipos de amostragens. Recuperado em 19 setembro, 2012, de <http://goo.gl/vE82Py>
- Pew Research Center Publications -(2007). *Digital footprints: On-line Identity management and search in the age of transparency*. Recuperado em 5 setembro, 2012, de <http://goo.gl/IxUkOn>
- Panyik, e. (2012). A governance approach to integrated rural tourism: factors influencing organisational performance and tourism support of local development organisations.
- Pavão, M. V. S. (2011). A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE EM AMBIENTES DIGITAIS. Recuperado em 06 Novembro, 2012 <http://goo.gl/qGMuLZ>
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2003). *Análise de Dados para Ciências Sociais*. (L. Síliba, Ed.) (3ª ed., p. 669). doi:194317/03
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Quivy, Raymond; Van Campenhoudt, luc. (2005). *Manual de Investigação em Ciências sociais*. [4ª ed.]. Lisboa: Gradiva
- Recuero, R. (2009). Redes Sociais na Internet. In Luis Gomes (Ed.), (Daniel Fer., p. 121). Recuperado em 06 Novembro, 2012 <http://issuu.com/midia8/docs/socialmedia>
- Recuero, R. da C. (2006). *Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: proposta de tipologia baseada no fotolog.com*, porto alegre: ufrgs,.
- Richardson, W. (2008). *Footprints in the web 2.0 world, self-directed learners must be adept at building and sustaining networks*. Recuperado em 5 setembro, 2012, de <http://goo.gl/eZhyBJ>

- Rosseau, N. & Saillant, F. (2009). *Abordagens de investigação qualitativa*. In fortin, m.-b. (2009). O processo de Investigação – da Concepção à Realização. Pp. 147-160. Loures: Lusociência.
- Silva, P., & Crus, S. (2013). “Pegada Digital. Que consciência tem da sua?” – Um estudo com alunos Portugueses. In *Congreso Ibérico internacional em Innoción Educativa com TIC Salamanca 17,18,19*. Recuperado em 06 Novembro, 2012 <http://goo.gl/w6D84E>
- Statistics, I. W. (2012). World Internet Users Statistics Usage and World Population Stats. Recuperado em 06 Janeiro, 2014 <http://goo.gl/1uBGwt>
- Tim , O’Reilly ; John, B. (2004). Web Squared:Web 2.0 Five Years On. Retrieved July 09, 2013, Recuperado em 06 Janeiro, 2014 <http://goo.gl/Fqnwhv>
- Tomaél, M. (2007). Redes sociais, conhecimento e inovação localizada. *Informação & Informação*. Recuperado em 06 Janeiro, 2014 <http://goo.gl/N91GmW>
- Torres, G., Monteiro, R., & Arica, J. (2010). Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach, *11*(1973), 85–103.
- TVT, R. (2013). Clique Ligue: Reputação Online - 3/3. Recuperado em 06 Janeiro, 2014 <http://www.youtube.com/watch?v=JXJPiY9v3qA>
- Torrenzano, R. & Davis, M. W. (2011). *Digital Assassination: Protecting Your Reputation, Brand, or Business against On-line Attacks*.304p. Recuperado em 15 de Novembro de 2012 de <http://goo.gl/T9YimH>
- W3C. (2008). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Recuperado em 15 de Novembro de 2012 <http://www.w3.org/TR/2008/REC-WCAG20-20081211/>
- W3C. (2013). World Wide Web Consortium (W3C). Recuperado em 15 de Novembro de 2012, <http://www.w3.org/>
- Wang, Y., Norcie, G., & Komanduri, S. (2011). I regretted the minute I pressed share: A qualitative study of regrets on Facebook. *Proceedings of the ....* Recuperado em 15 de Novembro de 2012 <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2078841>
- Warburton, S. (2008). Mapping online identity challenges at Rhizome Project. Recuperado em 15 de Outubro de 2013 <http://goo.gl/T13Y7L>
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Recuperado em 15 de Outubro de 2013 <http://goo.gl/t4cHt2>

# Anexo

Pegada Digital

## Questionário

### Pegada Digital

Pegada digital é o rasto que cada utilizador deixa na Internet durante o seu uso diário, e que contém muita informação sobre os seus hábitos e a sua forma de se relacionar com os outros. Uma vez registado, é muito difícil a sua alteração.

Neste trabalho, pretende-se compreender como os alunos universitários de Cabo Verde percebem a sua pegada digital, e para isso contamos com sua participação nesta investigação. Basta responder as seguintes questões abaixo, com seriedade e sinceridade. Será garantido o anonimato e a confidencialidade. Poderá desistir de responder ao questionário, caso seja essa sua escolha.

OBS: Redes sociais exemplo (Facebook, LinkedIn, Youtube, etc.)

[Contacto:adelcides\\_rodrigues@hotmail.com](mailto:adelcides_rodrigues@hotmail.com)

Este questionário é direccionado a alunos universitários Cabo-verdianos, que estão em Cabo Verde.

\*Obrigatório

Universidade Católica Portuguesa Centro Regional de  
Braga Faculdade de Ciências Sociais BRAGA



Rasto deixado na Internet



1 Percepção e atitude relativamente à Internet \*

Nível de conhecimento.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Usas a Internet há muito tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizar Internet é muito fácil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Levaste muito tempo a aprender	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Percepção e atitude relativamente à Internet \*

3. Percepção e atitude relativamente à Internet \*

Identidade e Visibilidade.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Usar um site nas redes sociais permite expandir o meu círculo de contacto social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usar redes sociais vai me fazer mais popular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentas-te sempre nas redes sociais como o teu verdadeiro eu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usar navegação anónima ajuda-me a proteger a minha identidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4 Facilidade de acesso

\*

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Utilizas Internet porque todos os teus amigos utilizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
És influenciado pela maioria dos teus contactos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizas redes sociais para ficar em contacto com as pessoas conhecidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizas redes sociais para entrar em contacto com pessoas que não conheces	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estas preocupado com o que os teus amigos acham de ti nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Acesso a Internet.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Na tua localidade tens fácil acesso a Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Achas Internet muito cara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizas Internet Banda Larga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizas Internet no telemóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Uso da Internet \*

Frequência de uso.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Menos de uma vez por dia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelo menos uma vez por dia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mais de 2 hora por dia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sempre ligado à rede.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Uso da Internet \*

Tipo de Utilização.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Utilizas diversas ferramentas como e-mail, redes sociais, motor da busca, etc	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizas Internet para uma variedade de tarefas (relatório individual, ensino a distancia, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Uso da Internet

Número de ferramentas

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não tenho conta	Uso pouco	Uso regularmente
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DropBox	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Costumo usar outras. Quais?

.....  
9

- Uso pouco  
 Uso regularmente

10. Impacto da Internet \* Na aprendizagem.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim em parte	Sim
Internet motiva-te a explorar tópicos que queres conhecer melhor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet é uma ferramenta de aprendizagem eficaz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As contas nas redes sociais estimulam-te a melhorar as tuas competências	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociais permitem ajudar os teus colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet permite tornar-te um especialista em tecnologias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 11. Impacto da Internet \*

Crescimento pessoal.

	Não	Não em parte	Não sabe	Sim, em parte	Sim
Utilização de Internet pode melhorar a minha comunicação verbal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilização da Internet melhora competências na aprendizagem colaborativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilização de Internet pode aumentar as minhas competências interpessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 12. Impacto da Internet \*

Na perspectiva de emprego

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não	Não, em parte	Não sabe	Sim, em parte	Sim
Utilizar as redes sociais sem cuidado pode prejudicar a vida profissional futura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A presença em redes sociais profissionais é importante para o acesso ao emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 13 Pegada Digital \*

Pegada Digital

Não Não, em parte Não sabe Sim, em

Já foste prejudicado por causa de algum comentário ou conteúdo ilícito nas redes sociais?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O teu endereço de E-mail, endereço residencial, número de telefone de casa, estão disponíveis online?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tens alguma foto na internet em que estás associado a um grupo em que o teu nome aparece online?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estás preocupado com a quantidade de informação disponível sobre ti online?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tomas alguma medida para limitar a quantidade de informação existente sobre ti online?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabes que quantidade de informação existe sobre ti online?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alguma vez já procuraste o teu nome na internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E quando procuras encontras muita informação sobre ti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alguma vez já procuraste algum nome ou seguir a pegada de um indivíduo na internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alguma vez já procuraste por alguém que perdeste o endereço?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olhas para a Web para obter informações sobre alguém, realizações profissionais ou interesses?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tens buscado informações de antecedentes pessoais de alguém?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. Fatores sociodemográficos \***

- Masculino  
 Feminino

**15 Fatores sociodemográficos**

Idade

- 17  
 18  
 19  
 20  
 21  
 22

23

24

25+

16. Nome da Universidade: \*

Se não encontrares o nome da tua Universidade, coloca  
Outra Marcar apenas uma oval.

- Universidade de Cabo Verde
- Universidade Jean Piaget de Cabo Verde
- Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais
- Instituto Superior de Ciências Jurídicas e Sociais
- Universidade Lusófona de Cabo Verde
- Universidade do Mindelo
- Universidade de
- Santiago Outra

17. Curso:

.....

18. Ilha \*

- Boa Vista
- Brava
- Fogo
- Maio
- Sal
- Santo Antão
- São Nicolau
- São Vicente
- Santiago

19 Situação académica \*

Ano do curso em que te  
encontras.

- 1º Ano
- 2º Ano
- 3º Ano
- 
- 
- 
-

4º Ano

5º Ano

Pós Graduação

Doutoramento

20. Você está atualmente empregado em tempo integral:  
Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

21. Tem computador/portátil: \*  
Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

---

Com tecnologia

