

# APRENDER, COLABORAR E INNOVAR

## A TRAVÉS DE LAS TIC

*Ponencias, investigaciones y experiencias educativas presentadas en el III Congreso Ibérico de Innovación en Educación con las TIC (ieTIC 2013). Salamanca, España. 17, 18 y 19 de Octubre de 2013*

[Coord.]

Luis María González Rodero

Ana García-Valcárcel

Jorge Martín de Arriba

João Sérgio Sousa

Manuel Meirinhos

Vitor Gonçalves



El congreso se ha desarrollado en el marco del proyecto de investigación denominado:  
Aprendizaje colaborativo a través de las TIC en el contexto de la Escuela 2.0  
(EDU 2011-28071) subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

# Índice

## Créditos

- As TIC e o Desenvolvimento de Estratégias de Resolução de Problemas em Estudantes do Ensino Superior
- Nuevas estrategias de formación. La Educación Abierta como un valor esencial en la Sociedad del Conocimiento
- La ciudad digital: los recursos municipales al servicio del docente y de los centros de enseñanza de su territorio
- Las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento en la Sección Europea
- El mal uso de las tecnologías en la comunicación e interacción de los alumnos universitarios. Casos de Cyberbullying
- Erasmus y colaboración entre instituciones de Enseñanza Superior: La problemática del prácticum
- Cyberbullying y TIC: análisis de recurso web para la prevención
- La identidad digital en la formación inicial del profesorado de Secundaria en la Universidad de Salamanca
- Curso propedéutico basado en las TIC, el primer acercamiento del estudiante a la educación a distancia<sup>9</sup>
- Introducción del libro digital en centros escolares de la Comunidad Autónoma de Extremadura
- Como os adultos idosos usam o Facebook para literacia digital e aprendizagem ao longo da vida: um estudo de caso de aprendizagem intergeracional
- Uso y valor añadido de las Tabletas Digitales en el aprendizaje de la composición escrita.
- Valoración docente del uso de herramientas de docencia virtual en escenarios b-learning: studium en el Departamento de Didáctica, Organización y Métodos de Investigación (USAL)
- Experiencia y resultados de formación en TIC mediante Google Hangouts. Estudio experimental en un grupo de maestros de Audición y Lenguaje y Pedagogía Terapéutica de la provincia de Segovia y Ávila.
- Una propuesta para evaluar proyectos de aprendizaje colaborativo con TIC desarrollados en centros educativos: diseño de la escala ACOTIC-ALU
- Revista AdolesCiência – Um projeto editorial jovem suportado pelo Open Journal System
- Prácticas docentes con tecnologías digitales en aulas de Educación

Secundaria. Estudio de caso del programa «Escuela 2.0»

- O software Magickeyboard e a comunicação na síndrome de Rett
- Evolución de las prácticas educativas TIC en los centros educativos de primaria e infantil
- La acción tutorial virtual con las familias del alumnado de Educación Secundaria en las Escuelas Profesionales Sagrada Familia de Linares.
- Percepciones de los docentes de Educación Primaria sobre los procesos curriculares de Aprendizaje Colaborativo con el uso de las TIC
- Experiencia de integración de las TIC en centros escolares
- Um estudo descritivo sobre as Redes Concelhias /Interconcelhias de Bibliotecas Portuguesas
- Experiencia de Formación en Tutoría Virtual
- Experiencia de facilitación de aprendizajes de investigación con apoyo de tecnologías en la formación del docente especialista en Dificultades de Aprendizaje en la Universidad Nacional Abierta de Venezuela
- Colaboração em elearning: um olhar sobre os fóruns de discussão num curso de formação de professores do ensino básico e secundário
- Utilización de objetos digitales para el aprendizaje como instrumento de aprendizaje colaborativo
- Comunidades virtuales de práctica: una respuesta para la formación docente en videojuegos y educación
- Estudio de la formación del profesorado de primaria para el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- Cómo entender el término competencia digital en educación básica
- Los equipos directivos como impulsores de proyectos de trabajo colaborativo en centros de Educación Infantil y Primaria. Análisis desde el proyecto ACOTIC en centros de nivel 5 TIC de Castilla y León.
- A dinâmica de envolvimento na comunidade virtual de prática EVTec
- Desenvolvimento de um PLE, com recurso à plataforma Edu20.org, numa turma de alunos de um curso profissional
- Variety in graphical user interfaces in Linux - increasing productivity while decreasing resource usage
- Security and vulnerability of wireless networks
- Aprendizaje ubicuo mediante la telefonía móvil en las aulas inclusivas del Espacio europeo de educación superior.
- El vodcasting como herramienta de apoyo para la práctica instrumental en la Educación Secundaria (una experiencia de aula)
- ‘Pegada Digital. Que consciência tem da sua?’ – Um estudo com alunos portugueses

- Utilização do Software de Geometria Dinâmica GeoGebra por Alunos do 3.º Ciclo do Ensino Básico
- Influencia de Objetos de Aprendizaje basados en multiestilos
- Proyecto DIREED: propuesta para divulgar y gestionar recursos educativos a través del repositorio Gredos
- La formación en TIC del profesorado en las universidades públicas de Honduras: Un caso de estudio.
- As TIC e o Desenvolvimento de Estratégias de Resolução de Problemas em Estudantes do Ensino Superior
- La formación docente para el trabajo por proyectos a través de las Tecnologías de la Información
- Herramientas para crear videojuegos para el aprendizaje: creación de un videojuego básico con eAdventure
- Aprendiendo a utilizar eAdventure en el aula: Cómo crear un sencillo videojuego en 10 pasos

#### EXPERIENCIAS SOBRE INTEGRACIÓN DE TIC EN LA EDUCACIÓN PRESENTADAS POR CENTROS EDUCATIVOS

- Contributo para uma efectiva integração curricular das TIC numa escola do Ensino Básico e Secundário
- Integración de las TIC en el proceso educativo. Una perspectiva de centro en Candeleda (Ávila)
- Dedos: tabletas ditigales en el aula
- Experiencias TIC en el CRA Valle de Valverde
- Experiencia TIC en el CEIP Padre Manjón, Burgos

#### PÓSTERES PRESENTADOS EN EL CONGRESO

Notas

# Créditos

## **Ponencias, investigaciones y experiencias educativas presentadas en el III Congreso Ibérico de Innovación en Educación con las TIC (ieTIC 2013)**

**Gestionado por** GITE-USAL (GRUPO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA EDUCATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA) que forma parte de la Red Universitaria de Investigación e Innovación Educativa (REUNI+D)

### **Coordinadores:**

Luis Maria González Rodero

Ana García-Valcárcel

Jorge Martín de Arriba

João Sérgio Sousa

Manuel Meirinhos

Vitor Gonçalves

**Primera edición:** 2014

**Coordinación de la edición:** Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas.  
Fundación Germán Sánchez Ruipérez

**Diseño electrónico y maquetación:** María García Rodríguez (CITA. Fundación Germán Sánchez Ruipérez)

**Diseño de Portada:** Tatiana Martins (CITA. Fundación Germán Sánchez Ruipérez)

**@copyright de esta edición:** Ediciones Bracamonte  
Plaza de España, 14. 37300 Peñaranda de Bracamonte. Salamanca

**ISBN:** 978-84-942267-0-0

# ‘Pegada Digital. Que consciência tem da sua?’ – Um estudo com alunos portugueses

## ‘Digital Footprint. How conscious are you of yours?’ ‘- A study with Portuguese students

**Sónia Cruz**, Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Católica Portuguesa (Braga), Portugal [soniacruz@braga.ucp.pt](mailto:soniacruz@braga.ucp.pt)

**Paula Silva**, Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Católica Portuguesa (Braga), Portugal [paulacrsilva.2010@gmail.com](mailto:paulacrsilva.2010@gmail.com)

### Resumo

A presente comunicação reflete sobre a pegada digital que um grupo de jovens portugueses possui na web procurando perceber qual a consciência que os alunos têm dessa realidade. De seguida, descreve-se o estudo efetuado inquirindo-se a amostra sobre a forma como encararam essa realidade, bem como se procura conhecer as suas opiniões sobre como essa marca digital pode ter efeitos, em particular, nas suas vidas profissionais futuras. De seguida é apresentada a metodologia de investigação e os resultados alcançados.

**Palavras chave:** *Pegada digital, Identidade, Web, Jovens.*

### Abstract

This article reflects on the digital footprint that a group of young Portuguese students has from their passage through the Web. It is our intention to discover the awareness that students have of this reality. Then, we describe the case study that will feature how they faced this reality. We also intend to know their opinions about the digital identity effects, in particular, in their future professional lives. Then we present the research methodologies and the results achieved.

**Keywords:** *Footprint and digital identity, Web, Youngers.*

## Introdução

O presente trabalho tem por intenção discutir de que modo as redes sociais tem sido apropriadas pelos jovens uma vez que, cada vez mais, estes se fazem acompanhar por diversos dispositivos tecnológicos (cada vez mais móveis) através dos quais acedem à Web com bastante regularidade. Com maior ou menor consciência, as crianças e jovens tem precocemente uma presença virtual que, em abono da verdade, vai deixando um rastro e moldando a sua identidade digital. Importa, por isso, perceber que pegada digital os jovens ‘arrastam’ consigo no sentido de os consciencializar sobre as implicações (boas e más) que esse rastro pode significar. É, também, objetivo deste trabalho discutir que perceções tem os alunos destes factos e alertar para a responsabilidade que pais e professores desempenham hoje no sentido de serem convocados a uma ‘participação efetiva’ na vida virtual dos filhos e dos alunos para uma intervenção precoce quanto aos aspetos mencionados. O estudo de caso que realizamos com jovens portugueses de uma escola do Norte de Portugal, serviu para nos mostrar o entendimento daqueles sobre a sua pegada e identidade digital, cujos resultados nos causam preocupações a vários níveis, tal é a inconsciência do grupo inquirido sobre como esse rastro pode ter impacto nas suas vidas futuras, em particular, no domínio profissional.

## Redes Sociais: novos contextos de comunicação

Na atualidade os jovens estão imersos no mundo das tecnologias, aprendem a trabalhar com as diversas aplicações informáticas de forma interativa e intuitiva e tem uma presença online cada vez mais precoce, seja no telemóvel, no computador ou noutro dispositivo. Ter uma *e-vida* é algo natural e integra o quotidiano da maioria dos jovens que tem acesso à Web e a dispositivos tecnológicos. Como seria de esperar, esta nova forma de estar conduziu ao aparecimento de novas formas de comunicar com os outros. Não é difícil pensar como isso acontece. Para a maioria dos jovens, as redes sociais tornaram-se no espaço privilegiado para interagir com os outros, os que conhecem e os que não conhecem, com os amigos da escola/trabalho e com os famosos dos *media*. As redes sociais, que permitem comentar publicações de amigos, conversar com os amigos através do *chat*, enviar e receber mensagens, colocar fotografias, jogar, etc. também possibilitam a partilha de informação.



Boyd & Ellison (2008) definem as redes sociais como serviços baseados na Internet que possibilitam aos utilizadores construir um perfil (público ou semi público), oferecem as ferramentas que tornam possível a interação entre diferentes utilizadores que partilham interesses, recursos e informações. Os autores, referem que o que distingue os sites de redes sociais de outras formas de comunicação mediada por computador é a possibilidade de articularem e tornarem visível a sua rede social. Como nos indica Silva (2013):

“As redes sociais permitem a criação de um perfil, ou seja, uma página pessoal, onde é criada a sua identidade virtual, visível e que apresenta uma lista de “amigos” que são, também, utilizadores da mesma plataforma ou sistema. No perfil é colocada informação básica do utilizador, como por exemplo, nome, idade, localidade, país, onde estuda, onde trabalha, estado civil, interesses, tais como músicas e bandas, livros e autores, filmes da preferência, entre outros. A maioria dos sites encoraja os utilizadores a colocarem uma fotografia para que esta possa ser o cartão de visita do seu perfil. Outros possibilitam, ainda, a inserção de elementos multimédia ou aplicações para desenvolver o seu perfil”. (Silva, 2013, p. 75).

Ora, é exatamente o ‘perfil’, o cartão de visita de um utilizador para o mundo virtual. Dependendo das redes sociais de que se seja utilizador, as variações acerca da visibilidade e do acesso são um dos fatores de distinção (Boyd & Ellison, 2008), mas algumas redes sociais, por defeito, colocam a informação visível para toda a rede, sendo que só se o utilizador alterar essas definições na sua conta é que consegue manter alguma privacidade.

Mas neste ponto carece-se de alguma orientação. É importante que se saiba que a maior parte dos sites de redes sociais ao estender os seus serviços a plataformas que permitem aos utilizadores desenvolver as suas próprias aplicações (por exemplo), essas mesmas plataformas possuem um conjunto de aplicativos que recolhem informação relativa aos dados do perfil do utilizador com o objetivo de fornecer um conjunto de ações direcionadas para o indivíduo com base na sua informação pessoal, aumentando as informações do utilizador que ficam disponíveis para terceiros (Redmond, 2010).

Ora, é exatamente esta exposição e muitas vezes a má utilização das redes sociais que se transforma num *terreno fértil para predadores emocionais e sexuais, para burlões, e para sofisticados piratas informáticos [e] grupos [...] que podem colocar em causa a segurança* (Almeida, 2009, p.63).

Concordamos com Cruz & Restivo (2013), quando referem que urge *formar alunos, professores e pais para que usem a Web, em particular as redes sociais, de forma prevenida, partilhando o que deve ser partilhado, e rentabilizando o lado bom da inteligência colectiva que aí vive* (s.p.).

## Pegada e Identidade Digital

De acordo com Kligiené (2012), *the digital footprint is a trace that remained after an individual's actions in a digital environment, including the use of TV, mobile telephone, internet, sensor or any other device* (p.68). O autor refere, ainda, que a pegada digital não diz respeito apenas a pessoas individuais, mas também a negócios e empresas:

*The term of footprint is applied not only to individuals, but also to firms and enterprises. A digital footprint is a combination of activities and behavior when the entity under consideration (a person or something else) is acting in the digital environment. These may be log on or off records, address of visited web pages, open or developed files, e-mails or chat records* (Kligiené, 2012, p.69-70).

A pegada digital diz, portanto, respeito a tudo o que está na Internet a nosso respeito, desde o nosso perfil numa rede social, informação publicada em blogs, discussões ou mesmo em fóruns. Basta escrever no Google o nosso nome completo para percebermos de imediato a nossa presença (Cruz & Restivo, 2013) até porque *quanto maior for a nossa atividade na Web, maior é o número de sítios onde temos informações sobre nós* (Oliveira & Silva, 2009, p. 32).

Mas importa ter a consciência que pegada digital não depende apenas do que nós publicamos, mas também do que os outros publicam sobre nós. Deste modo, a pegada digital de cada indivíduo é construída de duas formas: ativa e passiva. A forma ativa diz respeito ao que nós publicamos: blogs, artigos, fotografias, vídeos, etc. A forma passiva reporta-se ao que os outros colocam sobre cada um de nós (Cruz & Restivo, 2013). Kuhen (2010) elucida-nos com um exemplo:

*The people following you can see who you are following and check out what they are saying. Even though your tweets and retweets may be perfectly fine, your reputation can be affected by what others are saying or the language they are using — linked to you even though you are unaware and are not responsible for what is being said when your network is visible to others* (p.68-69).

Estejamos então conscientes que tudo o que publicamos ou o que outros publicam sobre nós nas redes sociais fica guardado e não basta um simples ‘delete’ para que essa informação desapareça. Tudo fica guardado na Web e disponível para quem o queira utilizar de forma legal, seja um cidadão comum, uma empresa ou qualquer outra entidade.

Sem margem para dúvidas, a emergência da Web trouxe alterações profundas na vida dos utilizadores, na forma como interagem, partilham informação, aprendem e trabalham. *Ao mesmo tempo que nos facilita o acesso e a produção de informação também nos torna mais acessíveis aos outros* (Silva, 2013, p.89). A vida online permite-nos criar uma identidade, uma Identidade Digital. Para Camacho et al. (2012), a identidade digital refere-se ao *aspect of digital technology that is concerned with the relation between people’s experience of their own identity and the identity as shaped by others in the cyberspace*” (p. 3176). Tal como referem Williams et al. (2010), esta identidade resulta das práticas que os indivíduos têm vindo a desenvolver online.

Desta feita, a presença online exige o desenvolvimento de ‘skills’ no que diz respeito à capacidade de gerir a informação e de cuidar da privacidade para que a presença online seja favorável ao indivíduo. O primeiro passo para o desenvolvimento destas habilidades é no meio escolar. São eles os primeiros a serem urgentemente alertados para a manutenção da sua identidade digital. Falar de Identidade Digital é falar de apresentação e reputação (Costa & Torres, 2011). A apresentação diz respeito à forma *how we present ourselves and which ‘persona’ we assume as part of our presence online* (Costa & Torres, 2011: 49). A reputação foca-se *on what others think of us* (idem, 2011:49). *É evidente que a Internet [e as redes sociais] tem os seus riscos mas quando se tem consciência deles e se tomam as devidas precauções, os seus benefícios são inestimáveis e ultrapassam largamente os malefícios* (Oliveira, 2008, p.17). Como educadores, estamos conscientes que a presença online pode trazer vantagens mas também pode acarretar sérias implicações na vida “real”. Tudo depende da identidade digital que criamos, da forma como a criamos e a gerimos.

É importante que cada um reflita sobre o que devo partilhar? com quem? e onde? de forma a proteger a sua privacidade e usufruir das potencialidades das redes sociais (Silva, 2013). O nosso perfil é “avaliado” pelo que colocamos na Web, por isso, é importante que a informação publicada seja credível e de confiança e estas questões tem de ser explicadas e entendidas pelos nossos alunos.

## Investigação

As redes sociais tornaram-se um fenómeno social muito popular particularmente entre os jovens. *Mas será que eles utilizam as redes sociais de forma consciente e responsável? Estarão conscientes da pegada que estão a deixar na Internet e das consequências que daí advêm?* Como professoras sabemos que é nossa obrigação educar no sentido de uma correta e responsável utilização das tecnologias de forma a permitir aos jovens usufruírem das vantagens, orientando-os alunos no sentido de uma correta gestão da sua presença online. Nesse sentido, no âmbito de uma investigação realizada no âmbito dos estudos pós graduados, realizamos um estudo cujos dados apresentamos.

## **Caracterização dos participantes**

Participaram no estudo 124 alunos do 9.º ano de escolaridade. Através de um questionário foi-nos possível aferir os dados que nos possibilitam caracterizar a amostra. Apuramos, no que respeita ao género que 52% são do sexo feminino e 48% do sexo masculino. No que respeita à idade, 92% dos alunos tem idades compreendidas entre os 13 e 15 anos. Apenas 8% dos alunos tem idades compreendida entre os 16 e 18 anos.

No que respeita às tecnologias utilizadas diariamente e às condições de acesso à Internet, em termos de locais, dispositivos tecnológicos e frequência do seu uso, apuramos que a totalidade da amostra tem acesso à Internet e acede a ela em vários dispositivos, destacando-se o computador (99%) e o telemóvel (56%). Quando questionados sobre o local ou os locais onde normalmente acedem à Internet, 90% acede à Internet em casa sendo que 64% acede à Internet várias vezes ao dia, 23% uma vez por dia, 10% dois ou três dias por semana, 2% dos alunos referiram que é raro aceder à Internet e 1% apenas acede e utiliza a Internet uma vez por semana.

## **Descrição do Estudo**

O estudo realizou-se numa escola do norte de Portugal com alunos que frequentavam o 9.º ano de escolaridade. Optamos pela realização de um estudo de caso sendo que este estudo decorreu durante o mês de fevereiro de 2013, através da disponibilização de um questionário online, aplicado a todos os alunos (de seis turmas) do 9.º ano de escolaridade que em 15 a 20 minutos procederam ao seu preenchimento. Não se tratou de uma amostra representativa de uma população, mas sim de uma amostra de conveniência uma vez que desempenhávamos funções

docentes naquele ano e naquela escola, tendo esta aceite formalmente que se realizasse o estudo.

## **Seleção das técnicas e instrumentos de recolha de dados**

Face aos objetivos da investigação, optamos por utilizar como instrumento de recolha de dados o inquérito por questionário online porque permite o acesso de forma mais fácil aos participantes, com custos menores, sem limitações espaço-temporais e promove uma sensação de segurança na resposta e, como tal, uma maior fiabilidade na resposta (Bethlehem, 2009). Trata-se, pois, de um estudo essencialmente descritivo – qualitativo, com algum tratamento quantitativo, sendo as técnicas de recolha de dados o inquérito por questionário (online). Os dados recolhidos foram tratados estatisticamente para possibilitar uma análise e interpretação no sentido de se encontrar respostas para as questões orientadoras do estudo. Tal como referem Quivy & Campenhoudt (2003), a análise estatística contribui para o rigor metodológico e para a rápida manipulação de um conjunto alargado de dados, razão pela qual acedemos a ela. A ferramenta estatística utilizada neste estudo foi a ferramenta incorporada no Google Forms uma vez que esta permite a aplicação de filtros simples e fornece resultados e sumários de diferentes campos a partir dos dados registados.

## **Apresentação e análise de dados**

O questionário foi construído em torno de oito dimensões. As questões da primeira e segunda dimensão tiveram como objetivo caracterizar os participantes. As restantes seis dimensões focam-se no comportamento dos jovens nas redes e na compreensão sobre a perceção que estes têm da sua pegada digital. Passamos, de seguida e por dimensão, a apresentar os dados que consideramos mais relevantes nesta investigação e nos ajudam a dar resposta às nossas questões de investigação.

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

Questionados sobre o uso das redes sociais, a maioria (90%) dos inquiridos utiliza redes sociais sendo que existe uma pequena minoria (10%) que refere não utilizar redes sociais (v. tabela 1).

<b>Utilizas Redes Sociais?</b>	f	%
Sim	111	90
Não	13	10

Tabela 1. Estudantes que utilizam redes sociais (N=124)

Quando questionados sobre a(s) rede(s) social(is) que mais utilizam, os que utilizam (N=111), 81% afirmaram ser o facebook, 71% referiram Ask.fm e Tumblr e 58% o YouTube (v. tabela 2).

<b>Qual(is) a(s) rede(s) social(is) que mais utilizas?</b>	f	%
<i>Facebook</i>	90	81
<i>Outra</i>	79	71
<i>Ask.fm</i>	60	
<i>Tumblr.</i>	19	
<i>You Tube</i>	64	58

Tabela 2. Redes sociais mais utilizadas pelos estudantes inquiridos (N=111)

Outro dado que consideramos importante saber, é há quanto tempo os participantes utilizam as redes sociais. Constatamos que 43% dos alunos as utiliza há cerca de um a três anos, 42% entre três a cinco anos, 12% já utiliza as redes sociais há mais de cinco anos e apenas 3% diz utilizar as redes sociais há menos de um ano (v. tabela 3).

<b>Há quanto tempo usas as redes sociais?</b>	f	%
<1 ano	3	3
1 a 3 anos	48	43
3 a 5 anos	47	42
>5 anos	13	12

Tabela 3. N.º de anos que já utilizam redes sociais (N=111)

Pela análise destes dados podemos concluir que os inquiridos começaram a utilizar as redes sociais ainda na infância e/ou pré adolescência, uma vez que atualmente têm idade entre os 13 e 15 anos. Relativamente ao(s) motivo(s) que os levaram a registar-se nas redes sociais, são vários os apresentados mas categorizadas as respostas dos alunos, a principal razão prende-se com o estar em contato com os amigos (83%). Segue-se a curiosidade (71%), o lazer/diversão (56%), para encontrar novos amigos (42%), por influência de amigos e /ou familiares (41%), para partilhar informação pessoal (11%), por ser moda (7%) e porque todos tinham (7%).

No que concerne à frequência de utilização, 59% dos alunos inquiridos utiliza as redes sociais várias vezes ao dia, 23% utiliza uma vez por dia, 14% utiliza dois ou três dias por semana e apenas 4% utiliza uma vez por semana (v. tabela 4).

--	--	--

<b>Com que frequência utilizas as redes sociais?</b>	f	%
Várias vezes ao dia	66	59
Uma vez por dia	25	23
2 ou 3 dias por semana	16	14
Uma vez por semana	4	4
Raramente	0	0

Tabela 4. Frequência de utilização das redes sociais (N=111)

Relativamente ao tempo despendido nas redes sociais, 32% diz passar mais de duas horas por dia, 25% passa até uma hora, 21% até meia hora, 16% até duas horas e, apenas 6% refere despende menos de 15 minutos por dia. Verificamos, assim, que quase metade (48%) dos estudantes inquiridos despende até duas horas ou mais por dia só nas redes sociais (v. tabela 5).

<b>Quando acedes às redes sociais, qual o tempo que passas aí?</b>	f	%
Menos de 15 minutos	7	6
Até meia hora	23	21
Até uma hora	28	25



Até duas horas	18	16
Mais de duas horas	35	32

Tabela 5. Tempo despendido diariamente nas redes sociais (N=111)

Em relação aos locais de acesso, verificamos que 86% acede em casa, 64% na escola e em casa de amigos, 36% nas aulas (sem que o professor veja) e 20% nos intervalos das aulas.

## Objetivos para a utilização das redes sociais

Relativamente aos objetivos que os levam a utilizar as redes sociais, são vários. Depois de categorizar as respostas daas pelos inquiridos, a maioria utiliza-as para conversar com amigos (95%), para lazer/diversão (66%), para partilhar fotografias/vídeos/músicas (62%) e para conhecer pessoas (54%). Em segundo plano utilizam-nas para exprimir ideias (29%), para partilhar fotografias/vídeos de outros (24%), para participar em discussões e “chatear” algumas pessoas (10%). Finalmente, uma percentagem muito reduzida utiliza as redes sociais para partilhar informação das aulas (4%) e para partilhar desabafos da vida (3%).

Em relação à informação publicada nas redes sociais, como constatamos ao analisar a tabela 6, a maioria coloca fotografias e vídeos pessoais (73%) e interesses (68%), para 42% são os pensamentos que dominam a informação publicada, 30% coloca informação pessoal, 27% publica o estado de espírito, 7% na opção “outra” diz não publicar nada e uma pequena minoria (2%) publica informação das matérias das aulas.

<b>Que tipo de informação colocas na tua rede social?</b>	f	%
Fotografias e vídeos pessoais	81	73

Interesses	75	68
Pensamentos	47	42
Informação pessoal (onde moro, onde estudo, o meu email...)	33	30
Como me sinto (alegre, triste, com saudade, apaixonado,...)	30	27
Outro	8	7
Informação das matérias das aulas	2	2

Tabela 6. Informação colocada nas redes sociais (N=111)

### **Comportamentos nas redes sociais**

Pretendemos identificar e caracterizar comportamentos no que respeita à natureza dos contactos que os alunos mantêm. Dos inquiridos, 98% e 95% respetivamente, têm adicionados os colegas da turma e da escola, 77% os primos, 59% os irmãos, 41% os tios, com a mesma percentagem aparecem o pai, a mãe e os professores (32%), 26% refere que têm como amigos pessoas famosas e 14% outros amigos e desconhecidos. Aí consideramos pertinente questionar se por norma aceitam os pedidos de amizade que lhe são feitos pelo que a maioria (68%) respondeu que sim e apenas 32% diz não o fazer.

### **Perceção em relação à informação publicada**

A fim de identificar a perceção dos alunos relativamente ao tipo de informação que deve ou não ser publicada, inquirimos a amostra sobre a publicação de comentários nas redes sociais e sobre a natureza desses mesmos comentários. Depois de categorizadas as respostas, a conclusão é evidenciada na tabela 7 sendo que 67% faz

comentários nas redes e estes são de natureza diversa. Destes, salientamos apenas que 92% dos alunos fazem comentários às fotografias pois como referem “faço comentários sobre fotos que vejo” (025); e 57% referiram fazer comentários bons e maus ao que é partilhado: “digo o que acho do que é partilhado, seja bom ou mau” (035).

<b>Costumas fazer comentários nas redes sociais? Se Sim, que tipo de comentários fazes?</b>	f	%
Sim	74	67
Comentários às fotografias	68	92
Comentários bons e maus ao que é partilhado	42	57
Comentários pessoais	12	16
Comentários aos estados	8	11
Comentários às músicas e vídeos partilhados	5	7
Comentários privados e secretos	2	3
Não	37	33

Tabela 7. Tipo de comentários feitos nas redes sociais (N=111)

Quando questionados se consideram que se deve ou não publicar todo o tipo de informação nas redes sociais, 85% refere que não (apontando que não é correto publicar informação pessoal e íntima) e 15% diz que sim (v. tabela 8)

<b>Achas que se deve publicar todo o tipo de informação nas redes sociais? Se Não, diz o que não deve ser publicado e porquê.</b>	f	%
Sim	17	15
Não	94	85
Não publicar informação pessoal	83	88
Fotos e vídeos muito pessoais e íntimos	28	30
Nudismo e conteúdo sexual	9	12

Tabela 8. Tipo de informação que deve ou não ser publicada nas redes sociais (N=111)

Quando questionados sobre o que acontece com a informação eliminada das redes sociais, a grande maioria (87%) dos estudantes considera que ao fazer 'delete' o faz definitivamente e que mais ninguém terá acesso. Apenas (13%) está consciente que a mesma pode continuar disponível (v. tabela 9).

<b>Ao eliminares informação da tua rede social, achas que mais ninguém a irá ver?</b>	f	%

Sim	97	87
Não	14	13

Tabela 9. Percepção do que acontece à informação eliminada das redes sociais (N=111)

## Percepção em relação ao uso das redes sociais por parte dos adultos

Quando questionados se consideram que as pessoas com mais de trinta anos têm conta nas redes sociais, 85% afirmaram que sim e 5% referiram que não. Foi-lhes igualmente questionado sobre o conhecimento que os pais têm da informação que publicam nas redes sociais, sendo que 52% afirmaram que os pais sabem o que eles publicam e 48% referiram que estes não têm conhecimento. Dos que publicam nas redes, os alunos indicam que os seus pais os alertam para ter cuidado e não aceitar pedidos de amizade de desconhecidos: “tem cuidado com as redes sociais e não aceites [amizade de] pessoas que não conheces” (028), “não fales com desconhecidos” (062), “atenção às pessoas que não conheces e querem falar contigo” “tem cuidado e não dê informações demasiado pessoais, já sabes o que pode acontecer” (005), “tem cuidado com as fotografias que pões” (109) e “não coloques a morada e o telemóvel” (054).

## Percepção em relação ao impacto do uso das redes na vida profissional

No sentido de entendermos a posição dos inquiridos sobre o impacto que a sua pegada digital pode causar, por exemplo, em termos da vida profissional, questionamos sobre o que apresentariam ao potencial empregador para o convencer a contratá-lo para uma vaga de emprego. Dos inquiridos, 97% dos alunos afirmaram que entregariam o currículo (impresso), 41% referiram as referências de professores, pessoas conhecidas na empresa, etc., 29% entregaria uma carta de recomendações, 19% entregaria publicações suas (artigos, vídeos, outros documentos) e apenas 2% entregaria outro documento mas não especificam (v. tabela 10).

<b><i>Assim que terminares os estudos e fores à procura de trabalho, o que entregas ao potencial empregador para o convenceres a contratar-te?</i></b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Currículo	108	97
Referências (professores, pessoas conhecidas na empresa, ...)	45	41
Carta de Recomendações	32	29
Publicações (artigos, vídeos, documentos, ...)	21	19
Outro	2	2

Tabela 10. Documentos que entregavam a um possível empregador (N=111)

Relativamente aos contactos que deixavam ao potencial empregador, 89% dos alunos afirmaram ser o telemóvel, 84% deixavam o endereço de *email*, 40% o telefone, 24% o contacto do *Facebook*, 9% o endereço do *site* pessoal, 2% o contacto do *LinkedIn* e outros 2% deixavam outro contacto (*Tumblr.com*) (v. tabela 11).

<b><i>Que contacto(s) deixas:</i></b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Telemóvel	99	89
Endereço de <i>email</i>	93	84

Telefone	44	40
<i>Facebook</i>	27	24
Endereço do teu <i>site</i>	10	9
<i>LinkedIn</i>	2	2
Outro	2	2

Tabela 11. Contatos que deixavam a um possível empregador (N=111)

Foram, igualmente, questionados sobre o que consideram que o potencial empregador fará antes de os contratar. A totalidade da amostra referiu que o empregador irá em primeiro analisar o currículo, 71% dos alunos afirmaram que irão ser pedir informações sobre eles, 59% considera que lhes irá telefonar para saber mais sobre eles, 29% afirmaram que o potencial empregador vai pesquisar mais informações suas na Web e 27% refere que o potencial empregador irá entrar no Facebook ou outra rede social para tentar saber mais sobre eles (v. tabela 12).

<b><i>Achas que o potencial empregador antes de te contratar:</i></b>	<b><i>Sim</i></b>		<b><i>Não</i></b>	
	<b><i>f</i></b>	<b><i>%</i></b>	<b><i>f</i></b>	<b><i>%</i></b>
Vai em primeiro analisar com cuidado o teu currículo?	111	100	0	0
Vai entrar no <i>facebook</i> (ou outra rede social) para ver quem és?	30	27	81	73

Vai pesquisar na <i>web</i> informações sobre ti?	32	29	79	71
Vai pedir referências sobre ti?	79	71	32	29
Vai telefonar-te e procurar saber mais sobre ti?	65	59	46	41

Tabela 12. Local(is) onde o potencial empregador irá procurar informações sobre o colaborador que pretende contratar (N=111)

Finalmente, quando questionados se a informação que publicam nas redes sociais poderá influenciar a decisão do potencial empregador, 76% dos alunos afirmaram que isso não ocorrerá e 24% referiram que sim (v. tabela 13).

<i>Achas que a informação que publicas nas redes sociais poderá influenciar a decisão do potencial empregador?</i>	<b>f</b>	<b>%</b>
Sim	27	24
Não	84	76

Tabela 13. Percepção sobre a influência que a informação publicada nas redes poderá ter na decisão de um potencial empregador (N=111)

## Conclusão

Como pudemos demonstrar, a nossa pegada na Web é imensa e essa consciência impele-nos para que saibamos interpretar, lidar e gerir a nossa presença online de forma a fruirmos de todas as potencialidades que a Web em geral, e as redes sociais, em particular, nos podem trazer.

A conclusão dos dados, sintetizando, evidencia-nos que:



42% utiliza as redes sociais há 3-5 anos e 12% há mais de 5 anos, ou seja, começaram a utilizá-las ainda durante a infância (antes dos 10 anos);

A maioria (68%) aceita todos os pedidos de amizade que lhe são feitos e não conhece pessoalmente (79%) os amigos que tem adicionado na rede;

Os inquiridos estão conscientes da informação que deve ou não ser publicada, no entanto, ignoram-no e continuam a partilhar informação potencialmente perigosa;

A maioria (87%) está convicta que a informação eliminada desaparece definitivamente;

100% dos jovens crê que o currículo é o documento que o potencial empregador irá analisar em primeiro lugar;

76% refere mesmo que a informação publicada nas redes sociais não influenciará a decisão de um potencial empregador.

Pelos dados recolhidos na investigação podemos perceber de imediato que a maioria das crianças e jovens não têm perceção que a informação que colocam nas redes sociais pode, no futuro, ter impacto na sua vida profissional. Como nos indicara Dolon (2009) *students today have been using social networking sites since they were teens...It's been talked about, but there really hasn't been a concerted effort by churches, schools, social organizations to really teach people how to use these tools appropriately and inappropriately* (p.8).

Como professores, temos essa oportunidade e o momento de consciencializar para esta realidade já chegou. *Consciencializar os alunos, pais e os pares deve ser assunto nevrálgico nas nossas escolas pois só assim poderemos dotar as nossas crianças e jovens das habilidades necessárias para se moverem em segurança e de forma conscienciosa na sociedade de hoje* (Silva, 2013, p.90). E esta tarefa não é só de um, mas de todos.

## Referências

Almeida, P. (2009). Redes virtuais são espaço sem lei. In *Diário de Notícias*. Disponível em: [http://www.dn.pt/inicio/opiniao/interior.aspx?content\\_id=1219447&seccao=Pau](http://www.dn.pt/inicio/opiniao/interior.aspx?content_id=1219447&seccao=Pau) (consultado em 25/05/2013).

Boyd, D. & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (consultado em 25/02/2013).

Camacho, M., Minelli, J., & Grosseck, G. (2012). Self and identity: raising undergraduate students' awareness on their digital footprints. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 46 (2012) 3176 – 3181. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812017685#> (Acedido em 08/01/2013).

Costa, C., & Torres, R. (2011). To be or not to be, the importance of Digital Identity in the networked society. *Educação, Formação & Tecnologias*, Abril de 2011, 47-53. Disponível em: <http://eft.educom.pt> (Acedido em 08/01/2013).

Cruz, S., & Restivo, F. (2013). Criminalidade Invisível: os riscos das redes sociais. In Esteves, A.; Noronha, A.; Silva, C.; Monteiro, D.; Panyik, E.; Amorim, E.; Restivo, F.; Ponte, F.; Libânio, G.; Cunha, M.; Silva, M.; Cunha, P.; Alves, R.; Fernandes, S. & Sá, V. *Atas do Congresso Internacional de Ciências Sociais: dos Riscos à Criminalidade*. Braga: Universidade Católica Portuguesa.

Dolan, P. (2009). Social media behavior could threaten your reputation, job prospects. *American Medical News*. Disponível em: <http://www.ama-assn.org/amednews/2009/10/12/bil21012.htm> (Acedido em 14/04/2013).

Kligiené, S. (2012). Digital Footprints in the Context of Professional Ethics. *Informatics in Education*, 2012, vol. 11, No. 1, 65-79.

Kuehn, L. (2010). Manage your digital footprint. *Teacher Newsmagazine*, 23 (3). Disponível em: <http://www.policyalternatives.ca/sites/default/files/uploads/publications/National> (Acedido em 4/06/2013).

Oliveira, L. (2008). *A influência dos media na vida dos jovens*. Disponível em: <http://www.slideshare.net/LinoOliveira/a-influencia-dos-media-na-vida-dos-jovens-entrevista> (Acedido em 05/04/2013).

Oliveira, L., & Silva, C. (2009). Geração Net - Implicações no Ensino. *Comunicação. Escola Profissional de Braga*. Disponível em: <http://www.slideshare.net/LinoOliveira/geracao-net-implicacoes-no-ensino>

(Acedido em 20/03/2013).

Redmond, F. (2010): Social Networking Sites: Evaluating and Investigating Their Use in Academic Research. Presented at ICERI 201 - *International Conference of Education, Research and Innovation*. Madrid.

Quivy, R., Campenhoudt, L. (2003). *Manual de Investigação em ciências sociais*. 3ª Edição. Lisboa: Gradiva.

Silva, P. (2013). *Pegada e Identidade Digital – um estudo de caso no âmbito da Prática de Ensino Supervisionada*. Dissertação de Mestrado em Ensino de Informática. Braga: Faculdade de Ciências Sociais - Universidade Católica Portuguesa.

Williams, S., Fleming, S., & Parslow, P. (n.d.). *This Is Me - Digital Identity for careers*. Disponível em: <http://tinyurl.com/y8kz7ep> (Acedido em 10/03/2013).