

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

**Empresa 2.0 – Introdução da Web 2.0 numa empresa de Formação de
Gestores e Empresários**

Sílvia de Carvalho Dias

**CICLO DE ESTUDOS CONDUCENTE AO GRAU DE
MESTRE EM CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO**

Área de especialização em Tecnologias Educativas

2009

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

**Empresa 2.0 – Introdução da Web 2.0 numa empresa de Formação de
Gestores e Empresários**

Sílvia de Carvalho Dias

**CICLO DE ESTUDOS CONDUCENTE AO GRAU DE
MESTRE EM CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO**

Área de especialização em Tecnologias Educativas

Relatório de Estágio orientado pela Prof. Doutora Guilhermina Miranda

2009

Resumo

Os serviços proporcionados pela Internet estão em constante mudança. Novas ferramentas e plataformas surgem em curtos espaços de tempo. A Web 2.0, por muitos considerada como um prolongamento da Web 1.0, trouxe consigo uma revolução na forma como os utilizadores encaram a Internet. O indivíduo passa de receptor de informação a produtor de conteúdos, nas mais variadas formas.

Com esta evolução, torna-se importante que as empresas reconheçam o valor destas ferramentas. São aplicações que poderão ajudar as organizações a conseguir perceber aquilo que o público quer. Para além disso, são uma boa forma de manter um contacto mais próximo com aqueles para quem trabalham.

A FORMEDIA – Instituto Europeu de Empresários e Gestores, é uma empresa que trabalha maioritariamente com estudantes que se encontram a fazer uma pós-graduação *online*. Actua como uma ponte entre esses alunos e as Instituições de Ensino Superior que frequentam. A aprendizagem e a evolução destas pessoas são aspectos importantes para a empresa.

Este relatório descreve a minha experiência como estagiária na FORMEDIA. Entre os vários projectos onde tive a oportunidade de participar, percebi que a aplicação de ferramentas desta nova era Web 2.0 poderia ser importante tanto para a empresa e o seu *status* como para os alunos e a sua educação. Assim sendo, neste trabalho apresento o projecto que desenvolvi, de acordo com necessidades da empresa, onde integro algumas ferramentas da Web 2.0.

Palavras-chave: Web 2.0, redes sociais, gestores, educação

Abstract

The Internet is constantly changing. New tools and platforms arise in short periods of time. Web 2.0, for many considered as a furthering of Web 1.0, brought a revolution in the way users face the Internet. The subject goes from receiver of information to producer of contents, in many different ways.

With this evolution, it becomes important that the companies acknowledge the value of these tools. These are applications that may help organizations understand what the audience wants. Added to this, the applications are also a good way of keeping a closer contact with the ones to whom they work.

FORMEDIA – Instituto Europeu de Empresários e Gestores, is a company that works mainly with students undertaking research in postgraduate courses online. This company acts like a bridge between those students and the Higher Education Institutions where they study. The learning processes and the evolution of these people are important aspects for the company.

This work is about my experience as an intern at FORMEDIA. During the different projects that I worked upon, I understood that the use of tools from this new Web 2.0 era could be important, not only for the company and its status but also for the students and their education. In this work I also present a project that I developed, thinking about the company needs. This project approaches some of the tools that Web 2.0 gives us, and it tries to maintain educational purposes.

Keywords: Web 2.0, social networks, managers, education

Índice	
Introdução	6
Orientações Teóricas	8
Web 2.0 e a Educação (Uma Breve Nota Teórica).....	8
Blogs.....	12
Wikis	13
<i>Bookmarking</i> Social	13
Serviços de partilha de recursos multimédia	14
Redes Sociais e Sistemas de Presença Social	15
Ferramentas de edição colaborativa	16
<i>Syndication</i> e tecnologias de notificação.....	17
O Estágio	19
Caracterização da Instituição.....	19
Actividades desenvolvidas durante o estágio.....	24
Formação Microcrédito	25
Traduções, Information Mapping, Logística e Design.....	29
Conferências	31
A Construção do Projecto.....	33
Metodologia do Trabalho	33
Necessidades da Empresa	35
Entrevista.....	38
Entrevista Semi-Directiva.....	38
Análise de Conteúdo	39
Síntese da Análise da Entrevista.....	40
Análise dos Resultados do Inquérito	42
O Projecto	45

Planificação 1 - Blog FORMEDIA.....	47
Planificação 2 - Associação de Antigos Alunos CEPADÉ.....	51
Planificação 3 - Facebook, Twitter e LinkedIn	57
Resultados	63
Balanço Avaliativo.....	69
Referências Bibliográficas.....	72
Anexos	76
Anexo 1 – Calendarização do Estágio – Prevista	
Anexo 2 – Calendarização do Estágio – Real	
Anexo 3 – Guião de Entrevista ao Director da Empresa	
Anexo 4 – Entrevista ao Director da Empresa	
Anexo 5 – Unidades de Registo da Entrevista	
Anexo 6 – Grelhas de Análise da Entrevista	
Anexo 7 – Análise das Respostas ao Inquérito	

Introdução

Para muitos estudantes, um estágio é a porta que se abre e os apresenta ao mundo de trabalho. É a fase de aplicar e testar os conhecimentos adquiridos ao longo dos anos de estudo, desenvolvendo projectos, ganhando uma outra perspectiva do que acontece no mundo “real”. E foi isso que eu senti também.

Num período de redescoberta pessoal, tive que enfrentar o mundo do trabalho e adaptar-me a ele. Não foi um processo fácil, mas foi, sem dúvida, necessário.

Cheguei à FORMEDIA quase por acaso. Tinha uma entrevista marcada com o Director-Geral da empresa para lhe falar sobre outros assuntos e, depois de uma conversa entre os dois, decidimos que seria positivo para ambas as partes que o meu estágio fosse desenvolvido lá. Seria bom para mim, que estou agora a começar a minha vida profissional, numa área de grande importância para a FORMEDIA e seria bom para a empresa, porque procura pessoas jovens e que conheçam a área em que o seu trabalho é desenvolvido. Tive a sorte de, para além de ter conseguido desenvolver o meu estágio na FORMEDIA, ter conseguido também um posto de trabalho. Isto possibilitou-me uma maior envolvimento com o ambiente profissional, percebendo melhor quais as necessidades e quais os pontos fortes.

Desde que comecei o estágio, foi o Director-Geral que me deu o apoio necessário para o meu trabalho. O meu estágio dividiu-se em duas partes: uma de resposta a solicitações de trabalho da empresa e outra relativa à minha proposta de projecto. Estas duas partes complementaram-se, já que o meu trabalho na empresa focou-se, em grande parte, na Web 2.0. A Web 2.0 engloba todo um mundo de ferramentas e conceitos, softwares e pessoas. Oferece a estas a possibilidade de criar e comunicar interactivamente com outras pessoas.

Levantaram-se questões quanto ao que eu poderia fazer na empresa de modo a trazer benefícios não só a esta organização, mas também, ao público com quem trabalha. Sempre tive grande interesse na Web 2.0 e a introdução de ferramentas características desta Web era algo que a empresa necessitava. Algumas questões foram levantadas durante o meu percurso: de que forma poderia criar algo que pudesse ajudar os alunos que passam ou passaram pelo trabalho desta empresa? Focando-me na continuação da aprendizagem na vida destas pessoas, será que a Web 2.0 poderá trazer benefícios? E, se sim, que tipo de benefícios? Poderão as redes sociais ajudar na aprendizagem ao longo da vida?

Tentei criar um projecto que beneficiasse das características desta nova era 2.0. O projecto foi iniciado, mas não foi concluído por mim. Para ser realista, a conclusão deste projecto demoraria algum tempo, já que os resultados que se esperavam obter são obra de muito empenho e paciência, para além de precisarem de meses, ou até anos para surgir. Fica a esperança de que seja aproveitado num futuro próximo.

Inicio o relatório com uma breve nota teórica sobre a Web 2.0 e como é que algumas das suas ferramentas podem ser utilizadas na educação. De seguida, passo à caracterização da instituição onde trabalhei, depois da qual descrevo as actividades principais que tive durante o meu período como estagiária. Após esta parte, explico o processo de construção do projecto, as necessidades encontradas e as formas utilizadas para obter os dados para o desenvolvimento do mesmo. Depois disso, apresento o projecto com as suas planificações e os resultados que consegui recolher. Termino o trabalho com reflexões sobre a minha experiência durante o estágio, dificuldades e aprendizagens.

Orientações Teóricas

Web 2.0 e a Educação (Uma Breve Nota Teórica)

O termo Web 2.0 transmite a ideia de progressão. Tal como Bryan Alexander (2006) refere, é um termo que nos faz viajar no tempo e pensar no momento em que Sir Tim Berner-Lee lançou o conceito *World Wide Web*.

Em mais de quinze anos, a Web passou de ferramenta de trabalho de grupo para cientistas no CERN a espaço de informação global, com mais de um bilião de utilizadores. Actualmente, tem vindo cada vez mais a tornar-se numa ferramenta não só de escrita e de leitura, mas também social, onde as pessoas participam mais activa e intrinsecamente.

Segundo Anderson (2007), estas tendências levam ao sentimento de que a Web está a entrar numa ‘segunda fase – uma nova, “melhorada” Web, versão 2.0’.

Há autores que consideram a Web 2.0 como uma extensão da chamada ‘Web 1.0’, seguindo a ideia original desta: unir as pessoas, ser um espaço colaborativo onde tudo se encontra ligado (Tim Berners-Lee, 2006, Anderson, 2007). Assim, a ‘Web 2.0’ não deve ser vista como algo oposto à ‘Web 1.0’, mas sim uma consequência do desenvolvimento da Web.

A chamada Web 1.0 tinha como principal característica a disponibilização de uma grande quantidade de informação, a que todos podiam aceder; no entanto, nesta, o papel do utilizador era de mero observador daquilo que se passava no *site* a que acedia. Não havia possibilidade de alterar o conteúdo dessa página (Coutinho e Bottentuit, 2007). Apesar disso, a Web 1.0 possibilitou grandes avanços quanto ao acesso à informação e ao conhecimento.

Graças ao rápido avanço e desenvolvimento da Web, muitos dos utilizadores nem notaram a mudança do paradigma da Internet: o utilizador deixa de ser apenas receptor para ser também produtor de informação.

O conceito de Web 2.0 foi oficialmente lançado por Dale Dougherty e O'Reilly, em 2004, durante uma reunião sobre uma potencial conferência sobre a *Web* (O'Reilly, 2007). Longe de estar inactiva, a Web tinha adquirido maior importância, com novas aplicações e *sites* a surgirem constantemente. Levantou-se a questão de que, com esta explosão da Internet, talvez fizesse sentido dizer que um ponto de viragem na Web estava a emergir. Surgia assim uma versão actualizada desta, a Web 2.0 (O'Reilly, 2007). Mesmo existindo alguma controvérsia relativamente a este termo, O'Reilly (2007) refere que ano e meio após essa reunião, a expressão tinha claramente assumido uma posição de destaque, sendo visível nas mais de 9.5 milhões de citações no Google.

O conceito Web 2.0 não tem fronteiras rígidas, embora, segundo O'Reilly (2007), tenha um “centro gravitacional”. Segundo este autor, a Web 2.0 poderá ser visualizada como um conjunto de princípios e práticas que se regulam à volta de um “sistema solar” de *sites* que demonstram alguns ou todos esses princípios.

A Web 2.0 é caracterizada pela liberdade que o utilizador tem de criar conteúdos. Passamos da existência de *sites* ‘estáticos’ para plataformas onde o utilizador partilha e busca informação. O utilizador passou a produzir os seus próprios documentos e a partilhá-los com o mundo, sem ter que possuir conhecimentos em programação. É caracterizada pela facilidade e rapidez que os utilizadores têm em publicar e/ou armazenar ficheiros. Isto resume um dos principais objectivos que é tornar a Web num “ambiente social e acessível a todos os utilizadores, um espaço onde cada um selecciona e controla a informação de acordo com as suas necessidades e interesses” (Coutinho e Bottentuit, 2007, p. 200).

Ainda segundo O'Reilly (ibidem) um dos segredos do sucesso de grandes *sites* criados na era da 'Web 1.0' é o facto de estes terem aceite o poder da Web para mobilizar a 'inteligência colectiva' (*harness collective intelligence*). Aproveitar o poder das hiperligações, que são as bases da Web. À medida que os utilizadores adicionam conteúdos novos, prevê-se que os outros utilizadores descubram esses mesmos conteúdos e criem ligações aos mesmos. É claro que o conceito de Inteligência Colectiva traz consigo algumas questões, tal como Anderson (2007) apontou. A que tipo de inteligência se refere? Se o conceito de 'inteligência' for entendido como ter ou mostrar algum tipo de capacidade intelectual, o conceito de inteligência colectiva torna-se problemático. Tendo consciência deste problema, O'Reilly apresentou o conceito "Wisdom of Crowds" (Sabedoria das multidões). Não querendo aprofundar estes conceitos, apenas deixamos aqui a nota de que também "Wisdom of Crowds" traz consigo alguns problemas. Wisdom of Crowds é o título de um livro escrito por James Surowiecki, que demonstra como três problemas por ele apresentados, poderão ser resolvidos mais eficientemente com grupos trabalhando de acordo com condições específicas (Anderson, 2007). Este conceito tem influenciado o estilo de pensamento da Web 2.0.

Podemos resumir então que a Web 2.0 aborda diferentes significados. Nestes estão incluídos: a partilha de informação e conteúdos, o esforço colaborativo, novas formas de interacção social, maior ênfase no conteúdo criado pelo utilizador, uso da Web como plataforma para gerar, propor e consumir conteúdo.

Na Web 2.0 as aplicações são serviços em constante actualização, que melhoram quanto mais as pessoas as usam. Utilizam e misturam dados de várias fontes enquanto oferecem os seus próprios dados de forma a serem remisturados por outros.

A Web 2.0 tem também como vantagem o fim da dependência de *hardware* para armazenamento de dados, já que as aplicações disponibilizadas online permitem ao utilizador manter os seus materiais *online*, pública ou privadamente.

Ao longo dos últimos anos, um grupo de projectos e serviços tem sido encarado como propiciador de relações e ligações, sendo rotulado de “*Software Social*” (Alexander, 2006 e Franklin e van Harmelen, 2007). Abordar este *software* é uma forma de caracterizar a Web 2.0. São aplicações que estão alojadas em servidores e os utilizadores acedem aos mesmos através da Web. Incluem: Blogs, Wikis, Podcasts, Videoblogs e ferramentas sociais como o MySpace ou o Facebook, entre outros.

Segundo Coutinho e Bottentuit (2007), as ferramentas da Web 2.0 disponíveis podem ser divididas em dois grandes grupos:

- O primeiro inclui aplicações que só podem existir na Web, cuja eficácia aumenta consoante o número de utilizadores que estão registados. São disso exemplo a Wikipedia, o YouTube, os softwares que permitem a criação de redes sociais (como por exemplo, o Facebook ou o Ning), as ferramentas de comunicação *online* (exemplo: MSN Messenger ou Skype), entre outros;

- O segundo grupo abrange aplicações onde se pode trabalhar *offline*, mas que trazem grandes vantagens se estiverem *online*. Temos como exemplos o Google Maps, o iTunes, etc.

Mas será que estas aplicações da Web 2.0 poderão trazer benefícios para a aprendizagem? Ao permitir que o utilizador produza conteúdos, poderá levar a uma maior procura e assimilação de informação, implicando uma aprendizagem. Actualmente, algumas instituições educativas já se encontram a explorar o potencial educativo que as aplicações da Web 2.0 podem trazer.

Estas são algumas das ferramentas disponíveis na Web 2.0, e como poderão ser aplicadas a contextos educativos.

Blogs

O termo web-log, ou blog, surgiu através de Jorn Barger, em 1997 (Anderson, 2007). Blog é uma simples página na Internet que consiste em pequenos parágrafos com opiniões, informação, entradas diárias pessoais ou hiperligações. A estes se dá o nome de *posts* (ou entradas), e estão dispostos cronologicamente, sendo que a última entrada surge em primeiro lugar. Os blogs também são caracterizados pela possibilidade que os visitantes têm de adicionar um comentário a uma entrada do blog. Segundo Benkler (2006, citado por Anderson, 2007), o processo de criar um *post* e os comentários que são feitos ao mesmo transmitem uma sensação de “imediato”, já que os blogs permitem ao indivíduo escrever as suas páginas num tempo “jornalístico” – ou seja, de hora a hora, dia a dia, semana a semana – enquanto no passado, a cultura da página Web tinha um desenvolvimento mais lento.

Normalmente, cada entrada tem *tags* (marcadores) com uma ou duas palavras-chave, que permite que o tema dessa entrada seja categorizada. Assim, aquando a desactualização da entrada, esta poderá ser encontrada num menu baseado nos temas abordados no blog. Podemos afirmar que estes marcadores servem como filtros na procura de entradas e/ou temas.

Em termos educativos, segundo Gomes (2005) é possível encarar os blogs de duas formas:

- Como estratégia educativa, ou seja, criação de portfolios digitais por parte dos alunos, espaço para debate ou um espaço de colaboração;

- Como recurso pedagógico, podendo servir como fonte de informação especializada ou como um espaço utilizado pelo professor para disponibilizar informação para os alunos.

Os blogs poderão ser utilizados de forma colectiva ou individual. São muito fáceis de criar e actualizar e, na sua maioria, são gratuitos (no entanto, algumas opções do blog podem ser pagas).

Wikis

Um wiki é um *site* na Internet que conjuga o trabalho colectivo de um grupo de autores. (Coutinho e Bottentuit, 2007). A lógica que segue assemelha-se à do blog, com a diferença de que qualquer pessoa pode adicionar, editar, apagar conteúdos, mesmo que estes tenham sido criados por outras pessoas.

Possibilita a criação de novas páginas, seguindo determinada formatação. É mais uma forma de publicação e partilha de conteúdos na Web.

O wiki mais famoso é a Wikipedia.

No contexto educativo, os wikis podem ser usados como projectos de grupo, criando uma base de conhecimentos colaborativa (Coutinho e Bottentuit, 2007).

Bookmarking Social

O serviço de *bookmarking* social dá aos utilizadores a possibilidade de ‘guardar’ páginas da Web e atribuir marcadores (*tags*) que descrevem as páginas guardadas (Franklin e van Harmelen, 2007).

Ao longo do tempo, os utilizadores constroem colecções de *bookmarks* com marcadores comuns e outros utilizadores poderão procurar hiperligações através de marcadores semelhantes.

Pelo facto de estas páginas terem sido classificadas com um ou mais marcadores, por vezes o *bookmarking* social é mais eficaz que a utilização de motores de busca na procura de informação.

Na educação, o *bookmarking* social pode ser uma grande ajuda. Professores podem acrescentar hiperligações às suas colecções, que sejam úteis para os alunos. Professores e alunos podem construir uma lista de recursos, que serão importantes para as aulas (Franklin e van Harmelen, 2007).

Serviços de partilha de recursos multimédia

Esta é, talvez, uma das áreas que cresceu mais entre os serviços que permitem o armazenamento e partilha de conteúdo. Exemplos disto são o YouTube (partilha de vídeo) ou Flickr.(partilha de imagens). Segundo Anderson (2007), milhões de pessoas criam e partilham estes formatos média ao produzirem os seus próprios *podcasts*, vídeos e fotografias.

Os *Podcasts* são resultado da combinação de:

- Conteúdos áudio ou vídeo;
- RSS (*Real Simple Syndication*);
- E um programa que coordena notificações RSS de conteúdo recente e *playback* ou descarga desse mesmo conteúdo para um programa de vídeo/áudio que o utilizador possua.

RSS é uma ‘família de formatos’ (Anderson, 2007) que permite que os utilizadores sejam notificados de actualizações de conteúdos de *sites*, *podcasts* ou blogs com RSS activo. Os utilizadores recebem essas actualizações num *software* e podem aceder às mesmas sem terem que ir ao *site*/blog para as consultar.

Num contexto educativo, estes recursos Multimédia podem ser bastante úteis. Vídeos educativos e gravações de seminários podem ser disponibilizados em sistemas de partilha de vídeos (Franklin e van Harmelen, 2007). *Podcasts* podem ser usados para fornecer material introdutório antes das aulas ou para recordar aulas gravadas. Isto é útil para alunos que não compareceram às aulas ou para reforçar a aprendizagem.

Por outro lado, a partilha de imagens permite aos alunos de arte, por exemplo, ver obras que provavelmente não poderiam visionar de outra forma (Franklin e van Harmelen, 2007).

Redes Sociais e Sistemas de Presença Social

Estes são sistemas que permitem às pessoas a socialização na Internet, servindo vários propósitos (Franklin e van Harmelen, 2007). Neste grupo temos como exemplos o MySpace, o Facebook, o LinkedIn, Second Life, Ning, entre outros.

Nestes sistemas, os utilizadores podem apresentar-se e descrever os seus interesses. Existe a opção de adicionarem amigos e pertencerem a comunidades ou grupos. Esta característica permite a navegação nas Redes Sociais através de sequências de ‘amigos’ (Franklin e van Harmelen, 2007). Ou seja, o facto de permitir a um utilizador consultar a página de um amigo de um outro utilizador torna a navegação dentro da rede social mais dinâmica. Algumas destas redes sociais também oferecem a opção de classificação das contribuições dos amigos e ainda a possibilidade de criar comunidades. A classificação das contribuições dos utilizadores numa comunidade permite a criação de reputações. Boas contribuições significam uma boa reputação. Isto pode ser visto como um factor de motivação para que o indivíduo continue a dar boas contribuições, melhorando a comunidade.

Analisando as redes sociais num contexto educativo, há alguns exemplos a apontar. O LinkedIn, por exemplo, pode ser utilizado para disseminar questões numa comunidade que partilha um mesmo tema, possibilitando aos utilizadores a busca e partilha de informação junto de indivíduos que partilham os mesmos interesses mas experiências diferentes (Franklin e van Harmelen, 2007)

No Second Life, muitas são as experiências desenvolvidas no contexto da educação. Os designers educacionais criam todo um conjunto de salas de aulas, campus, espaços educativos. Muitos são os autores que referem os benefícios da aprendizagem em mundos 3D. Dickey (2005, referido por Kemp e Livingstone, s.d) realizou um estudo que o permitiu chegar que na educação este formato tem um grande potencial, principalmente no que diz respeito ao trabalho colaborativo, e à aprendizagem em comunidade.

Ferramentas de edição colaborativa

Estas ferramentas permitem que utilizadores que estejam em diferentes locais colaborem na edição de um mesmo documento, ao mesmo tempo. A maioria destes serviços não permite a comunicação síncrona através de voz ou vídeo. Isto implica a utilização de outras ferramentas para que possa existir uma coordenação do trabalho de edição. Um exemplo de ferramentas de edição colaborativa é o GoogleDocs & Spreadsheets.

Num contexto educacional, estas ferramentas são úteis para o trabalho colaborativo na Web. Podem servir também para uma colaboração entre diferentes escolas que trabalham em diferentes áreas que se complementam. Por exemplo, alunos de arquitectura e alunos de design de diferentes faculdades podem trabalhar em conjunto num projecto comum (Franklin e van Harmelen, 2007).

***Syndication* e tecnologias de notificação**

Na Internet, os conteúdos e as informações estão em constante actualização. Torna-se importante o uso de um sistema que ajude os utilizadores a manterem-se informados dessas mesmas actualizações de uma forma mais rápida do que ter que visitar todos os *sites* ou blogs de interesse. Actualmente podem ser usados *feed readers* que permitem centralizar as recentes mudanças num único local. Estes *readers* dependem dos já referidos protocolos RSS, que listam as mudanças (estas listas são chamadas *feeds*, provindo daqui o nome *feed readers*). Um *feed reader* apresenta as mudanças num formato resumido, permitindo também que o utilizador possa ver todas as mudanças (Franklin e van Harmelen, 2007)

Num contexto educativo, isto servirá maioritariamente como uma forma de os utilizadores (sejam professores ou alunos) se manterem actualizados quanto às mudanças ocorridas em blogs, wikis, sistemas de *bookmarkings* sociais, à medida que essas mudanças vão ocorrendo.

A Web 2.0 criou novas formas não só de trabalhar, mas também de ensinar/aprender. Crê-se que ainda há muito para fazer, mas cada vez mais instituições acolhem as ferramentas da Web 2.0 nas suas práticas. Actualmente, fala-se no surgimento da Web 3.0 ou Web semântica.

Este termo foi usado pela primeira vez por John Markoff, num artigo do jornal New York Times. Crê-se que este conceito será aplicado num período de cinco a dez anos, tornando-se na terceira geração da Internet.

Enquanto a Web 2.0 prima pela colaboração entre utilizadores e a vertente social da Internet, a Web 3.0 baseia-se em ferramentas “inteligentes” da Web que usam processamento da linguagem natural, “aprendizagem baseada em máquinas” e

aplicações inteligentes (Cho, 2008). Esta nova Web foca-se principalmente nas estruturas dos *sites*. Procura-se uma convergência de diferentes tecnologias já existentes que serão utilizadas ao mesmo tempo.

A terceira geração da Internet utilizará a tecnologia de rede semântica. Já existem alguns trabalhos desenvolvidos à volta desta ideia. A rede semântica caracteriza-se pela categorização de toda a informação que será guardada de tal forma que um computador poderá percebê-la quase tão bem como um humano. Um *site*, ao possuir esta capacidade semântica, será mais eficiente, respondendo melhor à necessidade do utilizador.

O Estágio

Caracterização da Instituição

Desenvolvi o meu estágio na FORMEDIA – Instituto Europeu de Formação de Empresários e Gestores que, poucos meses depois de iniciar o meu trabalho, viu o seu nome ser alterado para FORMEDIA – Instituto Europeu de Empresários e Gestores. Esta empresa situa-se em Carnide, o que para mim foi um ponto positivo, já que se localiza relativamente perto da minha casa.

A FORMEDIA é o resultado da transformação em sociedade por cotas da FORMEDIA – Criação e Desenvolvimento e Empresas, S.A., que foi fundada em 1988. Conta já com mais de 20 anos de existência.

Desde que foi criada, propõe-se estimular o espírito empresarial em Portugal e nos países de língua oficial portuguesa, investindo nas pessoas e nas organizações. Sempre que possível, utiliza de forma inovadora as novas tecnologias de informação e de comunicação, acompanhando o desenvolvimento das mesmas. Define-se como um centro de desenvolvimento de gestão, servindo as empresas e instituições e de empresários e gestores, com o objectivo de aumentar a rentabilidade, a produtividade e a competitividade.

É uma empresa que dá bastante valor à cooperação com parceiros internacionais, tendo desenvolvido actividades em diversos países como Angola, Moçambique, Bélgica, Grécia, Inglaterra, Escócia, Finlândia, Suécia e EUA, apoiada em redes internacionais de desenvolvimento de gestão. Nos últimos anos tem vindo a difundir a sua actividade em Angola, Moçambique, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe, colaborando com instituições universitárias locais. Mais de 50% da sua actividade é sistematicamente desenvolvida com parceiros europeus e africanos.

Esta empresa acredita que:

1. A sua verdadeira razão de ser é a satisfação integral dos seus clientes nas áreas de desenvolvimento da gestão;
2. Se trabalhar com qualidade, na óptica dos seus clientes, os resultados a médio e longo prazo vêm por acréscimo;
3. Para tal, necessitam de uma pequena equipa, de grande qualidade, altamente motivada, funcionando por projectos;
4. Devem estabelecer relações de longo prazo com parceiros e fornecedores de grande qualidade;
5. Portugal tem um lugar único a preencher na sociedade da informação global em que nos inserimos.

A empresa trabalha nas áreas de *e-learning*, e formação presencial. Nas suas actividades de formação, privilegia uma abordagem integrada e orientada para os resultados; isto é, envolvendo-se em todos os domínios da actividade formativa, desde o diagnóstico das necessidades até á avaliação do cumprimento dos objectivos delineados.

Quanto ao *e-learning*, a empresa tem acumulado experiência internacional desde 1995, não só na área da concepção e desenvolvimento de programas, mas também na área da sua comercialização, organização, acompanhamento e avaliação.

A FORMEDIA tem actuado só ou acompanhada, desde a sua criação, nos principais domínios da actividade formativa:

- Diagnóstico;
- Concepção;
- Organização e promoção;
- Planeamento;
- Desenvolvimento e execução;

- Acompanhamento e evolução.

Actuou profissionalmente nestas áreas, tendo diagnosticado a necessidade de introduzir, em Portugal, uma avaliação dos parâmetros de desempenho em diferentes níveis de actuação das empresas. Para isso traduziu e adaptou os “Management Standards” do MCI de Inglaterra e formou consultores para a aplicação desta metodologia.

A formação presencial é concebida à medida das necessidades de cada empresa. Praticamente todos os domínios de intervenção são abordados ao longo do trabalho com os clientes. As acções de formação realizadas são, maioritariamente, acções intra-empresas focadas principalmente nas áreas de Ciências Empresariais, Marketing e Publicidade, Banca, Contabilidade e Fiscalidade, Gestão e Administração, Formação de Formadores.

A sua bolsa de formadores é constituída por formadores externos, sem vínculo laboral à empresa, com experiência profissional e pedagógica e que possuam o Certificado de Aptidão Profissional.

Já na formação a distância, a actividade desenvolvida pela FORMEDIA foca-se principalmente ao nível da Organização e Execução, devido aos acordos de colaboração que estabeleceu com o CEPADE da Universidade Politécnica de Madrid e com o IUP – Instituto Universitário de Posgrado.

Foi em 1998 que a empresa estabeleceu um acordo de cooperação com o CEPADE. Mais de 1000 alunos usufruíram destes cursos em Portugal, Angola, Moçambique, Cabo Verde, Brasil e S. Tomé e Príncipe, sendo as Especializações e Mestrados leccionados em regime de *e-learning*.

O CEPADE é a instituição que mais alunos traz à empresa. Faz parte da Universidad Politécnica de Madrid e foi criado em 1971, estando a trabalhar em regime

de *e-learning* desde 1993. Foi a primeira Business School a Distância de Espanha. A sua oferta académica inclui 20 Mestrados, 20 Especializações e cerca de 200 cadeiras, nas áreas de Gestão, Administração e Marketing. Ao abrigo do acordo com o CEPADE, a FORMEDIA organiza todas as actividades dessa instituição junto dos alunos de Portugal e dos países de língua portuguesa. Estas actividades incluem: inscrições, pagamentos, envio de materiais, organização de exames. A parte educativa pertence ao CEPADE. Os alunos acedem ao Campus Virtual após a inscrição. Todos os professores são espanhóis e os conteúdos são concebidos também em espanhol e desenvolvidos pelo CEPADE.

Para fazer um Mestrado, o aluno tem que conseguir 60 créditos: cada cadeira semestral dá direito a 3 créditos; cada cadeira anual dá direito a 6 créditos; por fim, a Tese dá direito a 6 créditos. O Diploma é atribuído pela Universidad Politécnica de Madrid e para obtê-lo o aluno deve ter uma titulação universitária. Caso não possua, o aluno pode inscrever-se no Mestrado, mas obtém apenas o Certificado de Programa Ejecutivo, que é um certificado próprio da Fundação da Universidad Politécnica de Madrid. Para que cada pessoa adapte o Mestrado aos seus próprios interesses pessoais, apenas é obrigado a completar 36 créditos de cadeiras base do Mestrado correspondente. Os restantes 18 créditos poderão ser escolhidos em cadeiras de outros Mestrados.

Para além destes Mestrados, em 2004 lançou oito novos Mestrados online, que resultaram de um acordo do qual fazem parte a Universidade de Alicante, a Universidade Autónoma de Barcelona, a Universidade Carlos III de Madrid e a Santillana Formación através do IUP. Esta formação destina-se, principalmente, a executivos e empresários, sendo dirigidas a empregados activos com idade superior a 25 anos.

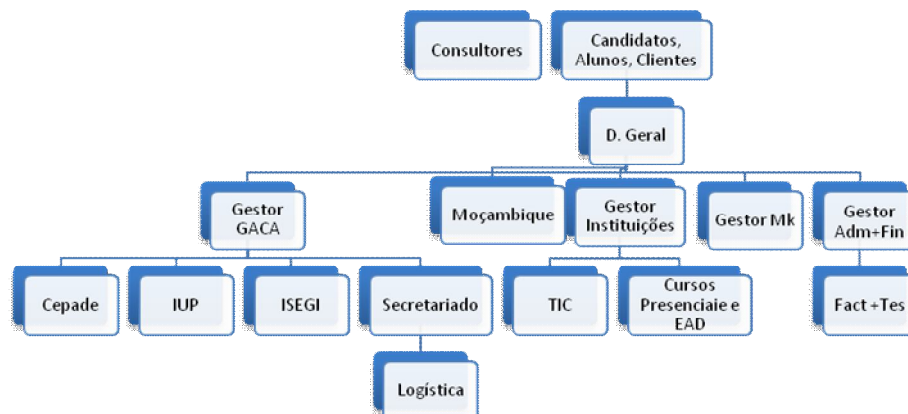
O IUP – Instituto Universitario de Posgrado – é uma instituição integrada por três universidades públicas (Universidade de Alicante, Universidade Autónoma de Barcelona e a Universidade Carlos III de Madrid) e uma empresa privada que trabalha no campo da formação (Santillana Formación). Os programas de Mestrado estão estruturados em unidades independentes – módulos – que se realizam de forma sequencial. Estes Mestrados são em áreas bastante distintas, desde o MBA ao Mestrado em Edição Jornalística, ou em Novas Tecnologias Aplicadas à Educação. Cada aluno tem um tutor que o acompanha durante o Mestrado. Cada turma tem no máximo 30 alunos. O sistema do IUP valoriza a colaboração entre alunos através de exercícios e trabalhos de grupo. A avaliação realiza-se ao longo de todo o programa e conta também com exames presenciais e Projectos de Fim de Mestrado, que são defendidos perante um painel de especialistas, podendo esta defesa ser feita por vídeo-conferência.

Para além destes dois acordos, desde 1995 que a FORMEDIA, numa parceria internacional que está integrada no Programa Leonardo da Vinci, organizou acções de formação para professores e formadores que queriam uma especialização em *e-learning*. Tem também como parceiros o IMD, Information Mapping, Universidade Agostinho Neto, ISPRA, IFB – Instituto de Formação Bancária de Moçambique, INAG – Instituto Nacional de Administração e Gestão de Cabo Verde, Faculdade Internacional de Curitiba e Faculdade de Tecnologia Internacional.

Durante o desenvolvimento do meu estágio, a empresa contou com uma equipa de 10 pessoas distribuídas pelas seguintes funções: Gestor de Apoio a Clientes e Alunos; Assistente Cepade; Assistente IUP; Assistente ISEGI; Instituições (Formação Institucional); Comunicação; Secretariado; Facturação e Tesouraria; EAD; Logística e Estatística.

Na Figura 1 apresentamos o organograma da organização para 2009:

Figura 1. Organograma da FORMEDIA



O trabalho que desenvolvi na empresa situa-se nas áreas de Cursos Presenciais e EAD, da Comunicação e da Logística. Na FORMEDIA, o trabalho era, normalmente, desenvolvido por equipas de duas pessoas. No entanto, não eram raras as ocasiões em que existia cooperação entre as diferentes equipas, de modo a que o trabalho desenvolvido fosse o mais preciso possível.

Actividades desenvolvidas durante o estágio

O meu estágio dividiu-se em duas partes. Por um lado, trabalhei para a empresa, respondendo às solicitações que me eram feitas. Dentro desta parte, vários foram os campos em que ofereci os meus serviços. A outra parte relaciona-se com o meu projecto. Através da recolha de dados, fiz o levantamento de algumas das necessidades da empresa e desenvolvi um projecto para ir ao encontro das mesmas.

O meu estágio começou em Outubro de 2008. Inicialmente tinha previsto uma calendarização que não foi possível seguir completamente. A grande diferença entre aquilo que foi previsto e aquilo que realmente fiz encontra-se no facto de que algumas

das planificações que eu pensava poderem ser aplicadas, não o terem sido. Outra das razões para as diferenças entre a calendarização prevista e a calendarização real foi o trabalho que desenvolvi na empresa. Algumas das actividades que realizei ocuparam meses, o que fez com que eu não me pudesse dedicar à parte do projecto da forma que gostaria.

A calendarização prevista e a calendarização real encontram-se em anexo (Calendarização Prevista – Anexo 1; Calendarização Real – Anexo 2).

Como estava na empresa a tempo inteiro, por vezes tornou-se difícil distinguir o meu papel como estagiária e o meu papel como trabalhadora contratada. Também o facto de estar na empresa a tempo inteiro permitiu-me participar em mais actividades e envolver-me com a empresa de uma forma que talvez não ocorresse, caso apenas estivesse na empresa algumas horas por semana.

Seguidamente apresento as actividades em que participei mais activamente.

Formação Microcrédito

Particpei na organização desta formação assim que cheguei à empresa. A formação era dirigida a empresários de Microcrédito, que haviam sido financiados por um banco. Foi também este banco quem forneceu à empresa a base de dados com cerca de 150 nomes e contactos dos possíveis formandos.

Para participar nestas acções de formação era necessário pagar, antes da formação, um valor simbólico (cerca de € por módulo) e os participantes estavam espalhados por Portugal, do continente às ilhas.

Os manuais a que os formandos tinham acesso foram desenvolvidos pela FORMEDIA e pela Audax, e este programa era patrocinado pela Gulbenkian.

O nome desta formação era “Criar e Desenvolver uma Empresa com Microcrédito”. Estava dividida por 2 fases: Fase 1 – Iniciar a Empresa e Fase 2 - Gerir a Empresa. Cada módulo durava 2 semanas. Estes módulos estavam distribuídos entre os meses de Março a Outubro, dividindo-se da seguinte forma:

- 1º Módulo: O Empresário e a Liderança da Empresa;
- 2º Módulo: Clientes;
- 3º Módulo: Empregados e Fornecedores;
- 4º Módulo: Questões Legais e Fiscais;
- 5º Módulo: Tecnologias de Informação e Comunicação;
- 6º Módulo: Os Cinco Segredos do Desenvolvimento;
- 7º Módulo: Planeamento Estratégico;
- 8º Módulo: Vendas e Distribuição;
- 9º Módulo: Finanças e Contabilidade;
- 10º Módulo: Negociação;
- 11º Módulo: Liderança da Empresa;
- 12º Módulo: A importância das TI e da presença online.

Para cada módulo existiam dois exercícios de avaliação e duas noites de *chat* com o formador, que ocorriam às terças e quintas, às 21h (que, regra geral, duravam cerca de 1 a 2 horas).

Apesar de a plataforma pertencer à FORMEDIA, a mesma não era gerida por uma pessoa da empresa. A empresa pagava a uma formadora externa (que, neste caso, estava a trabalhar em Évora) que era quem geria os diferentes módulos. Foi, no entanto, a empresa quem procurou os formadores de cada tema, quem confirmou, antes do início do módulo, se estes formadores tinham preparado este módulo ou não. Era também a

empresa quem disponibilizava os manuais a ser usados na formação assim como a plataforma em que a formação ocorria.

Na plataforma constavam indicações para os formandos, sobre qual o número de horas que o formando deveria investir em estudo. O programa estava desenhado para o participante despender entre 3 a 6 horas de estudo semanais. As indicações para os alunos estavam divididas em fases.

O meu trabalho consistia em: telefonar aos formandos, informando sobre o início dos módulos, perguntando se tinham dúvidas sobre como aceder à plataforma; telefonar a quem se tinha inscrito no início da formação e não tinha participado ainda nos módulos; telefonar aos participantes antes da data de entrega dos questionários de avaliação e no dia das sessões de *chat* com o formador.

Nos contactos que tive com os alunos, muitos foram os que arranjavam desculpas para não falar comigo, dizendo não estar interessadas. O meu trabalho era dar-lhes razões para participarem e fazê-los perceber que esta formação era algo importante para o seu futuro como empresários, explicando também como funcionava o regime de *e-learning*.

No fim de cada módulo, teria que fazer um relatório e aí constariam informações sobre quantas pessoas acederam ao módulo, quantas participaram, comentários, entre outros. Este relatório era enviado ao banco.

Os resultados desta formação não foram os melhores. Num universo de mais de 30 inscritos em cada módulo, apenas 3 ou 4 participavam.

Qual seria o problema? Era claro que existiu um esforço por parte da empresa e por parte da pessoa que estava a coordenar a plataforma para que mais pessoas frequentassem os módulos. A coordenadora da plataforma também contactava os formandos para saber quais as razões das ausências, se poderia ajudar e pedia sugestões.

Era visível no relatório avaliativo final que houve um decréscimo de participação bastante acentuado ao longo dos módulos. Enquanto nos primeiros 2 ou 3 meses, quase todos os inscritos nos módulos participaram, pelo menos, acederam à plataforma, nos meses seguintes o número de participantes desceu bastante.

Os argumentos que apresentei à empresa para justificar estes resultados foram os seguintes:

1. Os formandos pagaram um valor baixo por esta formação e a mesma teve uma duração longa. Ou seja, penso que ao fim de alguns meses (quem sabe semanas), os formandos esqueceram-se de que pagaram, logo não há o sentimento de “esforço” ou obrigatoriedade. Por outro lado, não sei qual foi o esforço feito inicialmente quando se aperceberam da quebra de assistências – se contactaram os formandos relembrando o início do módulo/sessões de chat, etc.;
2. Os temas dos módulos. Alguns temas poderiam interessar mais os formandos do que outros, daí o número de formandos variar de módulo para módulo. No entanto, este ponto não explica o súbito decréscimo de presenças;
3. A perda do sentimento de “novidade”. Isto é, quando algo é novo, as pessoas estão mais curiosas para ver como funciona e o que envolve. Depois de se familiarizarem com o método, o empenho já é diferente. Se não existe o sentimento ou a consciência de que o que estava a decorrer é importante para o indivíduo, o envolvimento da pessoa é diferente. Não sentem a necessidade de frequentar o módulo;
4. Duração da formação. A formação estendeu-se por sete meses, com um intervalo de quase dois meses. Por vezes, cada módulo tinha uma semana de intervalo. Talvez se a formação durasse menos meses, sendo os módulos apenas divididos pelos fins-de-semana ou por 3 ou 4 dias, existisse uma outra dinâmica, ou se

criasse um hábito para os alunos, algo que fosse constante e não espaçado no tempo;

5. Iliteracia informática. Alguns dos formandos não se sentiam confortáveis com o uso da Internet e, como a formação era em regime de *e-learning* era importante uma compreensão básica na área da informática;
6. Desconfiança e desconhecimento relativamente ao *e-learning*. Muitas pessoas estão apenas habituadas aos chamados métodos tradicionais de aprendizagem, em que o professor passa a informação ao aluno e o aluno apenas ouve. No *e-learning* isto não acontece: como afirma Magano (2008), o *e-learning* traz uma responsabilidade acrescida ao aluno na sua aprendizagem, tendo o professor o papel de orientar o aluno no seu desenvolvimento cognitivo. O *e-learning* obriga a que o aluno tenha um maior controlo sobre o seu estudo e a motivação necessária também é diferente. Tendo em conta que esta formação não era obrigatória, a vontade de assistir tem de partir do próprio formando.

Traduções, Information Mapping, Logística e Design

Nos primeiros documentos que tive que fazer e em todos os documentos que fossem para apresentar à direcção, estes teriam que ser escritos com o recurso a um *software* chamado Information Mapping. Esta ferramenta obriga à divisão da informação por blocos, de modo a facilitar a leitura, evitando assim a chamada “parede de texto”. Para além disso, poupa tempo ao leitor, pois cada bloco tem um título, ficando mais fácil para ele encontrar aquilo que procura.

Figura 2. Exemplo de formatação Information Mapping (retirado do site oficial: <http://www.infomap.com/movies/demo.htm>)

MEMO

To: All Employees
From: Oliver Castle, President
Subject: REORGANIZATION OF THE COMPANY

Background As you well know, our company has had considerable difficulty this year with the collapse of the baronium market, inflation hitting 12% and going up, labor difficulties at several plants, and development of our new products, especially in the home products systems. This situation has forced the management to assess our entire company and its operations with a view to finding a better way to organize it for improved profits and long-term efficiency.

Management changes The following table includes recent management changes.

Name	Will move from ...	To ...
Charles Jones	Manager, Typewriter and Office Equipment Supplies	Director, Office Products Division
Janice Moreland	V.P., Research	V.P., Operations
Jack Spotter	Assistant V.P., Operations	Director, Research
Max Richardson	Assistant to the President	Assistant V.P.,

A empresa é o único representante do Imap em Portugal e o seu *site* segue esta formatação.

Como tinha experiência com editores de imagem, fiquei encarregue de alterar os antigos *layouts* de PowerPoint e revia os mesmos antes de serem expostos aos alunos, nas sessões de apresentação. Tinha que ver se as apresentações estavam uniformes em termos de texto e formatação. Este trabalho, apesar de parecer simples, demorava algum tempo, pois a apresentação era muito grande e todos os pormenores tinham que ser revistos. Fazer isto possibilitou-me conhecer melhor a empresa.

Em altura de matrículas numa das instituições com quem a empresa trabalhava, fiquei encarregue do processo logístico do envio do material didáctico aos estudantes. Foi um trabalho moroso que demorou cerca de dois meses a ser terminado, pois envolvia a coordenação entre quatro organizações diferentes: a empresa, a universidade, um centro de cópias (onde eram impressos os manuais das cadeiras leccionadas) e empresas de entrega de encomendas.

Um outro trabalho que tive que realizar foi o de tradução, tanto de espanhol para português, como de inglês para português. Traduzi um *e-book* de David Meerman Scott, sobre Marketing Viral e que está disponível *online*. Traduzi também alguns textos em espanhol para português, principalmente guias didáticos. Pouco sabia de espanhol – para além da lógica que retirava daquilo que lia, mas consegui ganhar conhecimentos suficientes para me sentir à vontade com a tradução de espanhol para português.

Ao longo dos meses de estágio fiquei também responsável por escrever as notícias para o *site* da empresa. Estas notícias estavam, normalmente, relacionadas com gestão e empreendedorismo. Aos pouco fui assumindo a área de Comunicação. Ajudei também na remodelação do *site*, na parte gráfica e em alguns conteúdos.

Por fim, e como a empresa é o parceiro do IMD em Portugal, trabalhei de perto com esta business school suíça na preparação dos dados de Portugal para o IMD World Competitiveness Yearbook 2009. Foi algo que gostei bastante de fazer, pois sabia que era algo importante e fui bastante valorizada pela ajuda que dei.

Conferências

Durante o estágio, tive a oportunidade de assistir a duas conferências que considero importantes para o desenvolvimento do meu projecto. A primeira decorreu durante a Futurália (Dezembro de 2008). A empresa participou nesta feira e eu fui uma das pessoas que estive a receber os visitantes. Foi interessante ver a procura e o tipo de pessoas que vinham ter ao nosso *stand*. Este encontrava-se num espaço reservado a formação avançada, daí que a maioria das pessoas que nos visitavam situavam-se acima dos 27 anos. Vi professores e engenheiros, advogados e gestores interessados. A conferência a que assisti ocorreu no primeiro dia da feira. Tinha como tema “A Nova Geração *e-Learning*”. Os oradores falaram de temas como “Comunidades Virtuais e

Redes Sociais”, “A Web Social e a Aprendizagem”, “Mobile Learning – Conhecimento em Movimento”, “Web 2.0: Desafios para o *e-Learning*” e ainda “*e-Learning* 3.0: Visões para o Futuro”.

Nesta conferência foram apresentadas algumas ferramentas da Web 2.0 que estão a ser utilizadas para o *e-learning*. Plataformas como o Ning ou o Slide Share foram abordadas pelos oradores, que mostraram como e para quê as têm utilizado.

A outra conferência a que assisti ocorreu na abertura das actividades do Plano Tecnológico e foi dada por Don Tapscott. Entusiasta da Web 2.0 e da rapidez com que os jovens conseguem adquirir novos conceitos relacionados com a Internet, Don Tapscott deu uma conferência que conseguiu cativar os mais cépticos. Dando exemplos da sua própria experiência, disse que as empresas tinham que alterar a forma como reagiam às mudanças. Incentivou a contratação de jovens, pois são eles que crescem na era digital e são eles quem percebe melhor a Internet, já que conhecem o seu funcionamento desde sempre. Foi uma conferência importante para perceber aquilo que o Director da empresa pretendia aplicar como forma de trabalho.

A Construção do Projecto

Projecto é um termo polissémico. Poderá referir-se a um plano de acção, a uma intenção, a um roteiro, a um esboço. Há, também, várias conotações que podem ser dadas quando nos referimos ao conceito Projecto: no discurso epistemológico (o objecto da ciência enquanto um objecto-projecto); no filosófico (a existência humana como projecto); na investigação científica (projectos de investigação), entre tantos outros (Costa, 2007). No entanto, é possível afirmar, pelo menos no caso do projecto como um plano, que o conceito Projecto está ligado a uma intervenção. É o resultado da tensão que decorre de uma necessidade, do desejo existente de mudança e da previsão e estruturação antecipada da acção. Aborda intenções e acções, teoria e prática. A criação de um projecto traz sempre consigo uma dose de incerteza. Só na sua aplicação poderemos ver se, de facto, o projecto foi eficaz. Aquilo que se pretende com o trabalho de projecto é a criação de um produto útil e duradouro, que traga benefícios a todos os intervenientes.

Metodologia do Trabalho

Como já referi anteriormente, a segunda parte do meu estágio consistiu na criação de um projecto que colmatasse (ou ajudasse a colmatar) necessidades da empresa, por mim observadas.

O desenvolvimento deste projecto contou, essencialmente, com três partes:

a) A primeira consistiu no contacto com a empresa, ou seja, saber como funciona a mesma, participar em actividades e dar o meu contributo para o funcionamento da mesma;

b) A segunda parte foi desenvolvida a partir das observações e vivências na empresa, que decorreram da primeira parte. Nessas observações foram detectadas algumas necessidades da empresa. São estas que dão origem ao projecto apresentado;

c) Por fim, a terceira parte consiste na criação do projecto. Para esta, e como forma de complementar as observações efectuadas, realizei também uma entrevista ao Director-Geral da empresa, de modo a perceber qual o seu ponto de vista relativamente ao *e-learning* e à Web 2.0 (Guião da entrevista encontra-se no Anexo 3 e a entrevista encontra-se no Anexo 4). Para a criação deste projecto, recorri também aos resultados de um questionário aplicado por um colaborador da empresa a antigos alunos do CEPADE, que são uma grande parte do público a quem este projecto se dirige.

Como me tinha sido pedido discrição na recolha de elementos, decidi que o melhor para essa recolha seria basear-me nas observações do dia-a-dia, nas notas que escrevia sobre o que se passava na empresa (e que eu considerasse relevante para o relatório) e numa entrevista que realizei ao director da empresa. Esta condição fez com que eu tivesse que me restringir quanto aos métodos de recolha de dados a utilizar; se tivesse mais liberdade, teria realizado mais questionários aos alunos e ex-alunos, de modo a realizar um projecto que fosse ao encontro das dificuldades e necessidades mais específicas do público a que a empresa serve.

Apesar de sempre me terem sido disponibilizados todos os recursos necessários, senti uma certa resistência em que certas informações fossem divulgadas (quer relativamente a dados sobre o funcionamento da empresa, quer relativamente a dados sobre o ambiente da empresa).

Nesta secção irei apresentar as necessidades que detectei através das minhas observações, a síntese da entrevista realizada e a análise dos resultados do questionário aplicado a alguns ex-alunos.

Necessidades da Empresa

Após algumas conversas e uma pequena pesquisa sobre como se estabelecia a relação com o aluno, percebi que afinal, a minha ideia sobre a empresa estava errada.

Quando entrei para a empresa, pensava que a mesma era uma empresa de *e-learning*. No entanto, e exceptuando a formação Microcrédito, aquilo que a empresa realmente fazia era vender os serviços de outras Universidades. Mestrados e especializações.

O Director da empresa é a única pessoa que trabalha mais directamente na formação dos alunos, visto que é orientador de algumas teses realizadas por pessoas que estão a estudar no CEPADE. À excepção deste facto, na empresa não há professores, nem há qualquer módulo/cadeira da sua responsabilidade, vendendo apenas vende esses cursos. Não se pode chamar assim uma “empresa de *e-learning*”. Será, talvez, um intermediário. Trabalha com *e-learning*, sim, mas não directamente. Talvez no passado já tenham trabalhado mais activamente nesta área, mas até aos dias em que trabalhei na empresa, essa actividade directa foi quase nula.

A relação estabelecida entre os alunos e a empresa é apenas numa área logística. Isto é, pagamentos, inscrições, envio de material didáctico, sessões de apresentação dos cursos e exames. A parte formativa pertence às diferentes instituições.

Os maiores aliados da empresa, ou seja, aquilo que permite captar mais alunos são:

- O “passa-a-palavra”: um aluno menciona a empresa a um amigo interessado, que por sua vez entra em contacto com a empresa;
- As sessões de apresentação, pois é onde os candidatos podem ter um contacto mais directo com a empresa, podem assistir a uma apresentação mais personalizada dos Mestrados, colocar questões – e;
- A Internet, pois é a ferramenta essencial para o desempenho da empresa.

Posto isto, é importante que a ideia que os alunos têm sobre a FORMEDIA seja uma ideia, acima de tudo, positiva. Ao trabalhar com ensino a distância, os alunos têm que se sentir acompanhados e apoiados, pois a presença física não existe. Os alunos precisam sentir que há alguém do outro lado e associarem caras a nomes é um passo para travar o isolamento virtual que, por vezes, se faz sentir.

Segundo Garrison et al. (2001, referidos por Costa e Peralta, 2007), a aprendizagem que se dá em ambientes virtuais vai depender de uma estrutura que, para além da “presença social”, abrange ainda o que os autores designam por “presença cognitiva” e “presença do professor”. Presença social é entendida como a capacidade que os membros que integram uma comunidade têm de mostrar as suas características individuais dentro dessa comunidade, projectando-se como “pessoas reais”; presença cognitiva definida com base no grau em que os alunos são capazes de construir o significado das aprendizagens (cf. Bruner 1966; Jonassen 1996) através de uma reflexão apoiada no próprio diálogo que vão tendo com os outros elementos. Por fim, a presença do professor que se refere a uma dimensão que funciona não só como uma estimulação/apoio/reforço das presenças sociais e cognitivas, mas principalmente como um elemento unificador, tendo como objectivo facilitar os resultados esperados.

Como a empresa não se encarrega de leccionar os cursos, nem de gerir os campus virtuais, pensei que fosse importante a implementação de outras formas de interagir com os alunos. Esta interacção teria uma vertente não só educativa, mas também social.

Aproveitando as ferramentas que constroem o mundo da Web 2.0, comecei a pesquisar o que seria viável para a empresa onde me encontrava a estagiar. Sabendo o interesse que a própria empresa tinha em desenvolver algo na área da Web 2.0, a minha ideia seria seleccionar plataformas que se enquadrassem com o público-alvo da

empresa: gestores e empresários, com mais de 25 anos. Queria usar estas ferramentas para “unir” os alunos para lá do campus virtual, sem esquecer o lado educativo.

Além disso, existia a intenção de divulgar a empresa. Mostrar o que se faz nas áreas do *e-learning* e gestão empresarial, não só em Portugal, como no resto do mundo.

Quando tomei conhecimento da existência da plataforma Moodle e após ver o que se tinha sucedido na formação Microcrédito pensei que poderia trabalhar numa formação que ocorresse nesse local. Era evidente que estava pouco explorado e a sua utilização era quase mínima. Pensei em desenvolver uma acção de formação para clientes da empresa que estivessem em África.

No entanto, tinha alguns obstáculos à minha frente:

- A não existência de formadores internos – seria necessária a contratação de formadores externos o que, traria mais custos;
- O pouco interesse da empresa relativamente à plataforma – apesar de ter referido algumas vezes que era possível aproveitar a plataforma para desenvolver algumas acções de formação, não existia grande vontade;
- A dinamização da plataforma Moodle não era uma necessidade evidente – apesar de poder trazer alguns benefícios à empresa e de ser notório que a plataforma não estava a ser tão explorada quanto podia ser, a própria empresa não dependia dessa plataforma. As acções de formação que foram lá desenvolvidas (a formação Microcrédito e uma formação de e-formadores) foram realizadas sem fins lucrativos.

Foram estas as razões que me levaram a escolher a Web 2.0 como área do meu projecto de estágio. Apesar da empresa tentar manter o contacto com os alunos, existem muitos que se sentem “abandonados” neste mundo virtual. A Web 2.0 era uma área não explorada pela empresa e poderia trazer mais benefícios do que a dinamização do Moodle. Para além disso, antes de começar o estágio, já me tinham dito que havia um

grande interesse em “desenvolver a Web 2.0” na FORMEDIA. Isto também foi visível numa das conferências a que assisti com o Director da empresa: o interesse em fazer algo para modernizar as práticas de trabalho, permitir uma partilha de experiências e conhecimentos. Utilizando aquilo que tinha observado e a própria intenção da empresa, decidi avançar com o projecto.

Entrevista

Entrevista Semi-Directiva

A entrevista é uma das mais importantes técnicas de recolha de dados qualitativos. Permite explicar e inserir num contexto mais lato aquilo que é observado/experimentado. É baseada numa interacção predominantemente verbal entre entrevistador e entrevistado, o que possibilita a criação de uma maior empatia com o sujeito inquirido.

Segundo Marshall e Rossman (1989), a entrevista como recolha de dados reúne as seguintes vantagens: permite o encontro frontal com o fornecedor da informação; obtenção de grandes quantidades de informação de uma forma rápida; facilita o acesso imediato de *follow-up*, tendo como objectivo a clarificação de certas informações; proporciona um contexto de fundo para pôr em evidência actividades e comportamentos; é útil para descobrir a subjectividade dos processos organizacionais.

Para este trabalho, decidi realizar uma entrevista semi-directiva ao Director da empresa.

A entrevista semi-directiva é, segundo Bogdan e Biklen (1994), uma entrevista relativamente aberta, guiada por questões de âmbito geral, de modo a que o entrevistado tenha alguma liberdade nas suas respostas. O entrevistador segue essas questões que provêm de um quadro teórico, de modo a aprofundar o que necessita saber. Ao utilizar um guião, o entrevistador tem um leque variado de temas e tópicos, que servem como

guias. O entrevistador pode acrescentar perguntas que lhe pareçam pertinentes após as respostas já dadas pelo entrevistado.

Uma estratégia importante para este tipo de entrevistas é fazer perguntas que evitem respostas fechadas, ou seja, “sim” e “não”. Os pormenores são revelados a partir de perguntas que exijam exploração (Bogdan e Biklen, 1994).

Análise de Conteúdo

Segundo Albano Estrela (1994), a expressão ‘análise de conteúdo’ tem sido utilizada num sentido restrito, referindo-se apenas às técnicas normalmente utilizadas pelas Ciências Sociais para a exploração de documentos (excluindo desta forma uma análise no sentido linguístico e literário).

Muitos outros autores debruçaram-se e reflectiram sobre este tema, surgindo várias definições.

Bardin (1977), por exemplo, afirma que a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análises das comunicações. São técnicas que utilizam procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens e que se aplicam a discursos sobre temas diversificados. Esta autora afirma que a análise de conteúdo possui um carácter qualitativo e não quantitativo.

Sendo um esforço de interpretação, existe um confronto entre dois factores: o rigor da objectividade que é necessário neste tipo de análises e a subjectividade adjacente à tarefa de interpretar algo dito por outra pessoa.

Relativamente ao entrevistado, já o conhecia há alguns meses. Decidi escolher a entrevista semi-directiva, pois dar-me-ia mais liberdade ao longo da nossa conversa para introduzir questões que me parecessem importantes para o projecto a desenvolver.

No entanto, após tentar realizar uma entrevista ‘cara-a-cara’, o entrevistado pediu-me que enviasse as perguntas da entrevista por e-mail, que ele responderia em casa, ‘não perdendo tempo’ no trabalho. Obviamente, que este facto me trouxe algumas desvantagens. Não fui eu quem conduziu a entrevista, logo não pude colocar questões que me pudessem ter surgido na altura. O meu controlo sobre a entrevista foi muito pouco (já que apenas apresentei as questões) e penso que talvez tivesse conseguido respostas mais completas e elaboradas se a abordagem a esta entrevista fosse diferente. A entrevista encontra-se em anexo (Anexo 4). Após a entrevista, realizei a análise de conteúdo da mesma. As grelhas de análise e as unidades de registo também se encontram em anexo (Unidades de Registo – Anexo 5; Grelhas de Análise – Anexo 6).

Segue-se o resumo da análise efectuada.

Síntese da Análise da Entrevista

Na entrevista realizada ao Director da empresa pretendia conhecer o seu ponto de vista sobre o *e-learning* (em particular, o *e-learning* em Portugal) e sobre a Web 2.0. Queria saber qual era a sua opinião sobre as vantagens e desvantagens da Web 2.0 aplicada à sua empresa e como poderiam beneficiar o público a quem a empresa serve.

Interrogado sobre em que altura aceitou o *e-learning* como um formato viável no meio educativo e sobre como essa questão foi abordada, o entrevistado afirmou que encarou este ‘novo’ meio em 1995, após a explosão da Web. Aceitou que o *e-learning* seria importante na formação de gestores e resolveu organizar parcerias europeias e angariar apoios para preparar planos de formação.

É visível ao longo da entrevista o descontentamento do entrevistado relativamente à situação de Portugal em termos da adopção do *e-learning* como uma ferramenta viável na formação de gestores. Aponta como obstáculos a fraca aposta na inovação e trabalho

em equipas multidisciplinares, afirmando que Portugal se encontra muito atrasado relativamente a outros países mais desenvolvidos. Refere também que há um desinteresse por parte dos empregados e das próprias organizações de formação, sublinhando que o *e-learning* é um “fenómeno marginal” nas necessidades de formação.

Tendo trabalhado durante imensos anos em contextos empresariais, este é um tema que surge em vários momentos da entrevista. Considera que as práticas empresariais em Portugal não têm melhorado, devendo-se isso, em parte, às fracas habilitações dos gestores, à fraca liderança existente e à fraca motivação que os gestores têm para aprender e melhorar. Para reforçar as suas afirmações, refere que estudos efectuados provam isto mesmo.

Sobre a Web 2.0, o entrevistado afirma que uma das grandes características desta é o facto de existir maior interacção entre grupos, ao contrário da Web 1.0 que era unidireccional. A educação poderá beneficiar disto, pois as ferramentas da Web 2.0 permitem descentrar o papel do ensino do professor-formador, estimulando a aprendizagem em comunidade, através da produção de conteúdos. Contudo, afirma que ainda é um processo que está a dar os primeiros passos, sublinhando a necessidade de preparar equipas multidisciplinares e de estimular os jovens a usar a Web 2.0 com rigor. O entrevistado acredita que há um atraso no uso das aplicações da Web 2.0 na educação.

Quando questionado sobre aquilo que a Web 2.0 poderia trazer à sua empresa, o Director afirmou que a sua aplicação dependeria dos objectivos de ensino e de aprendizagem. Considera que é preciso existir abertura na aplicação das ferramentas, sendo também necessário experimentar e testar para que possam chegar a alguma conclusão. Refere que ainda estão a aprender e que, neste momento, o modelo ainda está muito centrado no professor. Sublinha de novo a necessidade de motivar os jovens

para a aprendizagem e as tecnologias. É visível na entrevista que o Director da FORMEDIA acredita que serão os jovens quem poderá mudar (ou ajudar) a mudar o rumo da formação empresarial e da aplicação das novas ferramentas tecnológicas no ensino.

Para o entrevistado, existem vantagens e desvantagens na utilização de ferramentas da Web 2.0 para o público da empresa. Relembra que grande parte do trabalho da FORMEDIA é realizado em África e, neste continente, a Internet é menos desenvolvida, sendo necessário maior cuidado na aplicação de projectos que precisem de uma maior largura de banda. No entanto, acrescenta que as ferramentas da Web 2.0, em especial, as redes sociais, poderão ajudar os alunos a encontrar melhores empregos, para além de ser importante para a formação ao longo da vida.

Deixando uma última nota sobre a situação da Web 2.0 em Portugal, o entrevistado afirma que esta poderá ser uma área de competência na qual o nosso país se pode especializar para se destacar no mundo empresarial. No entanto, refere que Portugal já está atrasado na aplicação das ferramentas da Web 2.0 e acredita que o destaque de Portugal nesta área depende da audácia dos jovens.

Análise dos Resultados do Inquérito

Durante o estágio, um dos ex-alunos do CEPADE realizou um inquérito a outros alunos e ex-alunos sobre redes sociais. Este inquérito tinha como intenção saber se essas pessoas estavam interessadas na criação de uma associação de antigos alunos CEPADE. Foram abertos 151 inquéritos e obtidas 74 respostas válidas (a análise das respostas ao inquérito encontra-se no Anexo 7). Decidi utilizar estes resultados pois as perguntas efectuadas abrangiam tópicos que iam ao encontro do que eu tencionava fazer.

No entanto, o facto de ter utilizado um inquérito realizado por outra pessoa não me permitiu fazer uma análise tão profunda quanto gostaria. Não sei quais foram os critérios utilizados para as questões colocadas. Para além disso, também não sei como foi escolhida a amostra para este inquérito. Sei que o número de alunos e ex-alunos do CEPADE é bastante superior a 151. Qual foi o critério para a selecção da amostra?

As questões colocadas aos alunos foram:

- Qual o País onde está a residir?;
- Sexo;
- Idade;
- Que interesse teria para si um projecto de rede de Antigos Alunos;
- Este projecto conta com uma plataforma Web que serviria de Ponto de Encontro inicialmente. Que funcionalidade gostaria que fossem exploradas nesta plataforma?;
- Que assuntos gostaria de ver explorados nesta plataforma?;
- Está nos seus objectivos dos próximos tempos a continuação da sua formação?;
- É utilizador assíduo da Internet?;
- Tem um blog pessoal?;
- Já pertence a alguma rede social?

A maioria das pessoas que responderam é do sexo masculino e encontra-se entre os 31 e os 40 anos. O país de onde se obteve mais respostas, Portugal (53,52%), também não é representativo quanto ao país onde a empresa tem mais clientes, que é Angola (que só teve 26,76% de respostas). A percentagem de respostas de Portugal é também maior do que a soma das percentagens de respostas recebidas dos países africanos e são estes países que representam a maioria dos alunos/ex-alunos CEPADE.

Através das respostas obtidas, foi possível perceber que alguns dos alunos conhecem as redes sociais que se encontram nas planificações apresentadas adiante. No

entanto, na análise a que tive acesso, não consigo perceber quais são as redes sociais mais usadas/conhecidas pelas pessoas de países africanos. A minha preocupação relativamente a estes países surge do facto de não saber até que ponto a população é receptiva às plataformas escolhidas para este projecto. Daí ser bastante importante a forma como estas são moderadas e dinamizadas, pois é necessário que se tornem atractivas e, fundamentalmente, úteis a quem delas usufrui.

O facto de existirem menos respostas de países africanos do que de Portugal também não permite uma análise fiel ao que acontece na realidade. Ou seja, tendo em conta que a maioria do público da empresa reside em África, pelos resultados do questionário não é possível concluir se determinadas redes sociais são já conhecidas e/ou utilizadas pela maioria do público a quem o projecto se dirige.

O Projecto

Como foi referido, no início deste relatório, a nova era Web 2.0 traz consigo mudanças. Estas dão-se não só na educação, mas também nas empresas e na forma de encarar a interacção com o público. Por isso, torna-se importante que as empresas se adaptem a estas alterações, de modo a estarem actualizadas no mundo em que trabalham.

Ao realizar este projecto, a minha intenção era não só actualizar a imagem da empresa, mas também criar algo que pudesse ser utilizado para benefício dos alunos a que a empresa serve ou serviu (no caso dos ex-alunos) e estreitar a relação entre estes intervenientes. Sendo uma empresa que trabalha na área de *e-learning*, na minha opinião, seria interessante utilizar os recursos da Web 2.0 não só para transmitir uma imagem actual da empresa, mas também para beneficiar os alunos com quem a empresa lida ou lidou durante meses ou anos. Penso ser importante criar condições para que os utilizadores aprendam partilhando (sejam eles alunos da empresa ou apenas interessados).

Criar espaços na Internet onde as pessoas possam criar conteúdo, recolher informações, obter/partilhar novas oportunidades, fazer com que os alunos se sintam integrados e que a sua relação possa passar do ambiente do Campus Virtual para um ambiente mais informal e descontraído, onde a colaboração é valorizada.

Para a criação do projecto, recorri aos dados apresentados anteriormente. Através das minhas observações, encontrei necessidades onde poderia intervir. Através da entrevista ao Director da empresa, consegui perceber qual a sua ideia relativamente à posição de Portugal no que diz respeito ao *e-learning* e à situação actual da aplicação das ferramentas da Web 2.0. A entrevista veio reforçar a ideia que tinha da dificuldade que alguns alunos dos países africanos tinham em aceder a aplicações que exigissem

maior largura de banda ou mais requisitos electrónicos. Reforçou também um dos pontos sobre o qual me foquei no desenvolvimento do projecto: melhorar a situação profissional dos alunos e ex-alunos, algo que poderá ser conseguido através das aplicações da Web 2.0. Tendo em conta a ideia que o Director tem sobre a possibilidade da Web 2.0 se poder tornar numa área de competência em Portugal, considero importante a criação de espaços da empresa, acompanhando o desenvolvimento empresarial e educacional nesta área que se tem assistido nos tempos recentes. Quanto aos resultados do inquérito aplicado, estes foram importantes para perceber a receptividade dos alunos e ex-alunos relativamente a algumas das plataformas escolhidas para este projecto, assim como para perceber se os alunos algumas vezes as tinham utilizado.

Para além das ideias desenvolvidas mais à frente, pensei também criar um espaço no *Second Life*. A ideia era criar uma ilha da empresa onde se realizassem encontros periódicos sobre temas da área da Gestão. Em cada sessão seria apresentado um tema e no final da mesma era incentivado o debate entre os participantes. Isto envolveria um imenso planeamento e recursos, ter pessoas que soubessem programar em *Second Life* e criar os conteúdos a apresentar, para além da divulgação destas sessões. No entanto, esta ideia tornou-se pouco viável tendo em conta que a maioria dos clientes da empresa são de África. Os requisitos técnicos pedidos para que o *Second Life* possa funcionar em pleno não são compatíveis com os recursos que a maioria do público africano possui. Muitas vezes nem conseguem garantir uma vídeo-chamada através do Skype pois a largura de banda não é suficiente.

Assim sendo, tentei que os diferentes espaços virtuais escolhidos incentivassem a interacção (com a excepção do blog, que se torna um pouco mais limitado nesse aspecto). Baseando-me no que foi referido no início deste trabalho, a ideia seria usufruir

daquilo que as redes sociais poderão trazer para os alunos. Por exemplo, no LinkedIn, os participantes poderão colocar questões mais específicas a pessoas que trabalham na mesma área que eles, recebendo informações mais variadas de pessoas com diferentes experiências. No Facebook encontrarão referências a artigos ou *sites* que sejam considerados importantes para empresários e gestores. Quanto ao Ning, as relações sociais estabelecidas poderão trazer muitos benefícios, quer em termos pessoais, quer em termos profissionais.

Sendo um público maioritariamente africano, sei que algumas das ferramentas apresentadas são uma novidade. Isto pode ser considerado como algo positivo e negativo. Positivo porque, sendo novidade, irá atrair os alunos, pelo menos inicialmente. Negativo pois, não existindo incentivo por parte dos moderadores da(s) plataforma(s) nem a participação dos alunos, essa(s) plataforma(s) corre(m) o risco de “morrer”. Penso ser este um dos problemas de alguns portais pertencentes na Web 2.0. Está tão intimamente ligada às pessoas que, caso essas pessoas desapareçam, esse portal desaparece. Reforço então o papel da moderação das plataformas *online* como um dos factores essenciais da manutenção das redes sociais.

Planificação 1 - Blog FORMEDIA

Público-Alvo:

- Público interessado em *e-learning*;
- Público interessado em temas como Gestão e Empreendedorismo;
- Alunos da FORMEDIA

Objectivos:

- Criar um blog;
- Dinamizar o blog com textos, imagens, vídeos;
- Produzir textos para o blog sobre *e-learning*, gestão e empreendedorismo;
- Publicitar o blog;
- Publicitar a empresa.

Recursos Materiais:

- Computador com ligação à Internet

Recursos Humanos:

- Uma pessoa para criar o blog e mantê-lo actualizado. A pessoa responsável por manter o blog actualizado será alguém da área da Comunicação. Todos os textos a serem publicados passarão pela Direcção, para garantir a qualidade e pertinência do mesmo;
- Pessoas convidadas a participar no blog, partilhando experiências e opiniões. Entre eles: professores, formadores, empresários e gestores.

Conteúdos a trabalhar:

Este blog será desenvolvido com a intenção de se tornar num blog de *e-learning* de referência nacional. Como a empresa trabalha na área de Gestão e Empreendedorismo, os conteúdos trabalhados no blog serão nessa área também. Haverá a tentativa de criar uma relação entre estes três temas principais. Para isso, serão destacados artigos/histórias interessantes e cativantes. Poderão também ser convidadas

peças conhecedoras de áreas específicas para produzirem textos a serem publicados, tornando o blog num espaço mais dinâmico, diverso e atractivo.

Estratégias:

É pretendido que o blog seja conhecido no campo de *e-learning* em Portugal. Como a Internet é a área de trabalho mais utilizada pela empresa, será também um veículo para destacar a empresa e trazer mais visitas ao *site* principal. Será correcto dizer que o blog irá ser uma versão mais informal do *site*, sendo este mais estático e assumindo o blog uma posição mais dinâmica a nível de informação.

O desenvolvimento deste projecto desenvolve-se em várias fases.

Assim sendo, a primeira fase consistirá em criar o blog e personalizá-lo para que se torne apelativo, intuitivo e interessante para quem o lê. É importante que as pessoas se sintam bem ao consultarem o blog, para que o visitem regularmente. Para além da parte estética, o mais importante será os conteúdos que farão parte do blog. Estes têm que ser de fácil leitura e compreensão e os textos terão que ser fiáveis e correctos, quer em termos de linguagem, quer em termos de conteúdo.

A segunda fase, após o blog estar construído, será “publicitá-lo”. Ou seja, fazer com que as pessoas saibam da sua existência. Uma *newsletter* para os alunos da empresa será uma boa ideia. Outra é colocar uma hiperligação para o blog nas assinaturas de e-mail dos colaboradores. Poderá também ser divulgado através de comentários noutros blogs. Quanto a esta estratégia de divulgação, é essencial que os comentários efectuados não sejam somente para fazer publicidade. Pelo contrário, isso tornar-se-ia em má publicidade para o blog da empresa. Os comentários terão que ter lógica e enquadrarem-se no contexto que está a ser debatido e não apenas mero marketing.

No fundo, uma das estratégias será usufruir do Marketing Viral, conceito que ganhou um grande destaque com o aparecimento da Web 2.0. O Marketing Viral baseia-se no “passa a palavra” existente na Internet, algo que David Mermaan Scott (2008) chama de “Word of mouse”. Uma pessoa conta a outra, que por sua vez conta a outra, que irá passar a informação a outra pessoa, ou fazer um post no seu blog sobre o que leu, criando assim uma rede de pessoas/informação.

A terceira (e talvez última, mas mais importante) fase será a manutenção do blog. Ou seja, é importante que o blog seja actualizado, frequentemente. Pretende-se que o blog se torne num local que incentive o debate e a troca de ideias. Não só um local informativo, mas um local educativo.

Avaliação:

No que diz respeito à avaliação, esta poderá ser medida não só pelos comentários recebidos dos leitores, mas também pela contagem de acessos ao blog. O blog será considerado um sucesso se formos bem sucedidos na sua promoção e manutenção, criando um espaço na chamada “blogosfera”, criando uma marca pessoal, que se destaque de outros blogs/sites sobre a matéria abordada. Para além disso, serão utilizadas ferramentas como o Google Analytics que dizem de onde vieram as visitas ao site principal da empresa.

Planificação 2 - Associação de Antigos Alunos CEPADE

Apresentação

A FORMEDIA conta com centenas de antigos alunos espalhados pelo mundo, pertencentes aos países de língua oficial portuguesa. Um dos grandes objectivos da instituição é que os seus antigos alunos criem laços não só entre si, mas também com as pessoas envolvidas no processo de ensino/aprendizagem decorrido.

Para isso, e após o inquérito realizado aos antigos alunos do CEPADE, foi decidida a criação da AAA CEPADE – Associação de Antigos Alunos do CEPADE. Este inquérito demonstrou que 66,2% dos alunos e ex-alunos que responderam estavam interessados na criação desta Associação, acreditando que poderá trazer diversas vantagens para o futuro. Neste inquérito, os respondentes revelaram interesse em funcionalidades como:

- Fóruns de Discussão sobre diversos temas (19,10% de respostas);
- Divulgação de Informação sobre artigos publicados em diversas universidades e revistas (18,75% das respostas);
- Publicação de artigos de Opinião ou mesmo textos realizados no âmbito do seu curso (17,36%);
- Ofertas de Emprego (14,58% das respostas);
- Agenda sobre formação local, descentralizada e internacional (14,58%).

Todas estas funcionalidades poderão ser trabalhadas na plataforma Ning, daí a escolha desta plataforma.

Ning

O Ning é uma plataforma online, lançada em Outubro de 2005, que possibilita a criação de redes sociais. Esta plataforma proporciona uma grande liberdade aos criadores de redes sociais. Isto é, possibilita a escolha do design da página, da marca, da

privacidade da rede, entre outros. Os membros da rede poderão criar e personalizar a sua própria página de perfil.

Tem suporte de vídeos, músicas, blogues, fóruns, grupos assim como algumas ferramentas que já fazem parte do mundo Web 2.0.

O Ning também tem vindo a ser bastante utilizado por educadores no desenvolvimento de recursos educacionais.

Planificação

Público-Alvo:

- Antigos Alunos do CEPADE

Objectivos:

- Criar uma rede social para os antigos alunos do CEPADE;
- Criar um espaço de discussão e partilha de interesses;
- Criar laços entre as pessoas a usufruir da plataforma;
- Criar fóruns de discussão;
- Apoiar o desenvolvimento da carreira profissional dos ex-alunos;
- Proporcionar a partilha de recursos/informações úteis a ex-alunos.

Recursos Materiais:

- Computador com ligação à Internet

Recursos Humanos:

- Uma pessoa para criar a rede e dinamizá-la;
- Antigos Alunos do CEPADE

Estratégias:

1. Divulgação

- Para que os alunos fiquem a conhecer esta associação, no novo site da FORMEDIA criou-se, na secção “Sou Antigo Aluno” uma pequena apresentação da plataforma. Assim sendo, as pessoas que consultam essa página ficam a saber da existência da Associação e de alguns dos benefícios que poderão obter através da utilização da mesma;
- Outra forma de divulgação será o envio de e-mails aos antigos alunos CEPADE. Nesse e-mail encontra-se uma pequena explicação do que se pretende com a associação, o que se pode fazer na plataforma, os benefícios que a mesma poderá trazer. Resumindo, é um pouco mais completo que a apresentação no site;
- Contamos também com o chamado “Passa a palavra” entre os antigos estudantes.

2. Inscrição na plataforma

- Para a inscrição na plataforma, o Ning possibilita a criação de questões para novos usuários que se queiram juntar à associação. Isto permite ao moderador saber quais os Mestrados que os alunos frequentaram e em que ano acabaram, entre outros. Será também uma forma de controlo para a empresa, visto que esta é uma associação para antigos alunos e não para actuais. Vai também requerer a quem está a moderar a plataforma a verificação dos dados com as informações que estão na posse da própria empresa.

- A partir da inscrição, cada usuário poderá criar e personalizar a sua própria página, adicionar fotos, vídeos, músicas, partilhar as suas experiências e vivências, tornando aquele espaço seu.

3. Manutenção da plataforma

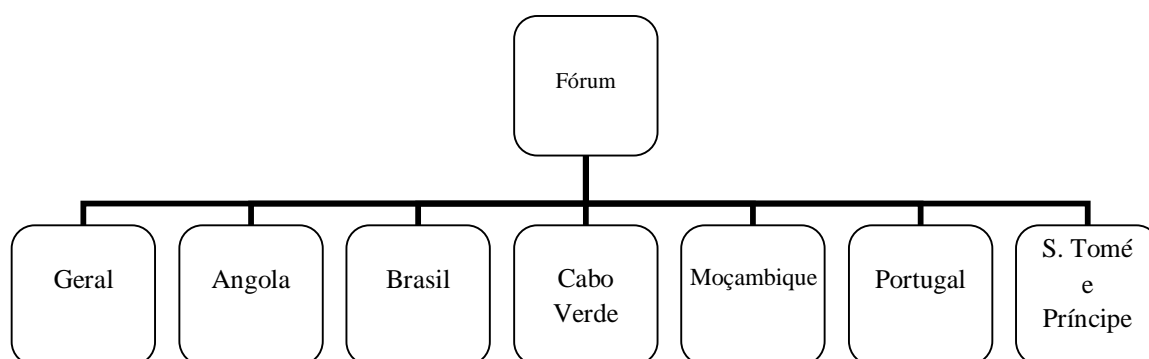
- Para que a plataforma se mantenha activa (e, desse modo, atractiva para os usuários), é necessário que exista alguém a moderar/dinamizar a mesma. Este moderador será alguém da empresa, para que possa existir um maior controlo sobre o que acontece nesta plataforma. Para além disso, torna-se importante definir algumas linhas gerais que a plataforma deverá conter.

- Será importante a criação de fóruns e grupos de discussão. Aqui, a presença de um moderador é importante para controlar o que é publicado. Por exemplo, avaliar se o que é escrito se encontra no tópico certo;
- Dentro desses fóruns, torna-se interessante a criação de tópicos mais casuais, para que os usuários se possam conhecer e relacionar (afinal, é essa a intenção da plataforma). Por isso, tópicos de apresentação serão criados. Existirá o incentivo para que as pessoas partilhem a sua história, enriquecendo assim a plataforma. Serão divulgados artigos sobre gestão e empreendedorismo e os membros serão convidados a partilhar artigos/textos que tenham escrito sobre determinado tema. Também existirá uma área relativa a empregos, onde os ex-alunos podem colocar informações sobre si (Curricula Vitae, por exemplo), anúncios de emprego, entre outros.
- O Ning também dá a possibilidade de destacar membros. Mensalmente, será destacado um membro. Será feita uma pequena entrevista a esse

usuário, convidando-o a partilhar os seus interesses com o resto da comunidade, assim como a sua história.

- Torna-se também importante a actualização de notícias relacionadas com as áreas dos mestrados (gestão, negócios, etc.), que possam ser úteis ou interessantes para os ex-alunos.

Figura 3. Exemplo de Organização Geral do Fórum



Este é um exemplo da forma como o Fórum poderia estar dividido.

No assunto Geral, estariam tópicos como:

- Ajuda – Onde o moderador do fórum explicaria as regras e esclarecia dúvidas relativamente à plataforma (este seria um tópico estático);
- Apresente-se – Um local para os alunos se apresentarem;
- Descreva onde vive – Uma partilha de diferentes culturas;
- Conversa – Onde os participantes poderiam ‘conversar’ (assincronamente) entre si.

Este assunto tem um teor mais informal. O grande objectivo é partilhar e conhecer os outros participantes e diferentes culturas. Aproveitar a riqueza que se pode obter ao

juntar um grupo de pessoas provenientes de diferentes países e continentes, mas que partilham a mesma língua.

Nos assuntos relativos aos países dos participantes que irão usufruir desta plataforma – Angola, Brasil, Cabo Verde, Moçambique, Portugal e São Tomé e Príncipe – os tópicos serão iguais.

Nestes assuntos estariam tópicos como:

- Oportunidades de emprego – Onde os participantes partilham oportunidades de emprego ou expressam a sua vontade de encontrar um emprego;

- Encontros – Avisos de encontros que poderão surgir a partir desta plataforma. Também pode ser um tópico utilizado pela empresa para anunciar sessões de apresentação.

Ao longo do tempo e consoante as necessidades, surgirão mais tópicos, também criados pelos próprios alunos.

O Ning também possibilita a criação de grupos de discussão. Poderão existir grupos como:

- Artigos – Com a partilha de artigos interessantes e relevantes sobre empreendedorismo e gestão;

- Livros – Recomendação de livros que possam ser úteis para os participantes da plataforma;

- Áreas de especialização – Tendo em conta que os participantes desta plataforma foram alunos de diferentes Mestrados, poder-se-ia criar grupos de discussão para as diferentes áreas de especialização abrangidas por esses Mestrados.

Pretende-se que esta plataforma seja um espaço com interesse e utilidade para os usuários. A ideia nesta comunidade é, não só o estabelecimento de laços entre os antigos alunos (pois todos têm em comum pelo menos a frequência dos Mestrados), mas

também tornar mais humano o que por vezes ainda é visto como impessoal (a Internet e o *e-learning*). A Web 2.0 veio trazer um maior controlo e uma maior ligação entre as pessoas. O importante passa a ser elas mesmas e aquilo que essas pessoas trazem consigo, histórias e vivências.

A partir da criação desta associação, outros eventos poderão surgir, como jantares, convívios, encontros, trazendo o lado online para a vivência “física”. Quem sabe poderá também levar à criação de uma associação de alunos oficial em cada país.

Avaliação:

Para a avaliação irá contar a participação dos membros e o crescimento da comunidade. Através dos comentários e feedback dos ex-alunos é também possível concluir se estes se encontram satisfeitos.

Planificação 3 - Facebook, Twitter e LinkedIn

Apresentação

Facebook

O Facebook foi desenvolvido por Mark Zuckerberg, em 2004. Inicialmente, o público-alvo eram pessoas dos 18 aos 24 anos, que fossem estudantes de Harvard. Aos poucos, foi sendo divulgada a outras universidades e ao fim de dois anos começou a aceitar empresas também. Actualmente, e segundo o próprio site, em Março, o número de utilizadores já passava os 175 milhões. Segundo a revista FORTUNE, a intenção de Zuckerberg é tornar o Facebook numa plataforma estandardizada de comunicação e marketing, quase tão intuitiva como o telefone mas mais interactiva. O Facebook é um site gratuito que oferece ao utilizador um variado leque de opções. Sendo uma rede social, o utilizador criar o seu perfil, partilhar fotos, vídeos, listas de interesses pessoais,

trocar mensagens pessoais e/ou públicas com os seus amigos, comentar as páginas e fotografias dos seus amigos, entre outros. A visualização de dados e perfis é restrita a pessoas que estejam na rede de contactos do utilizador em questão, sendo esse utilizador quem escolhe o nível de privacidade que quer que o seu perfil tenha.

Para além de acolher usuários individuais, é possível para uma empresa/universidade/escola/banda musical/museu, entre outros, criarem um perfil e/ou um grupo específico, a que as pessoas aderem. Nestes grupos poderão ser criado tópicos de discussão, eventos, notícias, mantendo actualizadas as pessoas que aderiram a esse mesmo grupo.

Uma dos grandes valores do Facebook é a possibilidade de criar contactos e encontrar pessoas com gostos comuns. Para além do lado pessoal, o lado profissional tem sido já bastante explorado nesta plataforma. Com a partilha de informação, há mais conhecimento, que poderá ser importante para o crescimento da pessoa. O Facebook é uma boa forma de divulgação de empresas e do trabalho realizado por estas.

Twitter

O Twitter foi criado em 2006 por Jack Dorsey. É uma rede social que possibilita aos utilizadores o envio e leitura de pequenas mensagens sobre actualizações pessoais, que dão pelo nome de *tweets*. Estes têm um número limitado de caracteres (pode apenas atingir 140) assemelhando-se ao serviço de SMS.

Estes *tweets* são disponibilizados na página inicial do utilizador e este apenas pode ver as actualizações das pessoas que escolheu “seguir”. As páginas dos utilizadores são, por defeito, abertas a quem não tem Twitter, podendo isso ser alterado nas definições.

É já utilizado por jornais, empresas, escolas, universidades, para informar os seus seguidores sobre notícias/factos que achem relevantes.

LindedIn

O LinkedIn é uma rede social orientada de negócios e é caracterizada por ter um cariz profissional. Fundado em 2002 por Reid Hoffman, foi apenas lançado em 2003.

O objectivo deste site é permitir aos utilizadores registados a criação de uma lista de contactos com detalhes de pessoas que conhecem e confiem em termos profissionais. Os utilizadores podem convidar qualquer pessoa para se adicionar à sua lista de contactos.

Esta lista de contactos poderá ser usado tanto para criar mais contactos, para procurar emprego, pessoas e oportunidades de negócio, para empregadores procurarem potenciais empregados, ...

É possível criar grupos relativos a empresas ou instituições educativas, assim criar e participar em discussões.

Através do inquérito realizado aos alunos e antigos alunos CEPADE, foi possível descobrir que algumas destas plataformas já eram utilizadas pelos respondentes (excepto o Twitter).

Planificação

Público-Alvo:

- Alunos FORMEDIA;
- Pessoas interessadas em empreendedorismo e gestão;
- Possíveis parceiros para a empresa

Objectivos:

- Criar contactos para os alunos;
- Criar contactos para a empresa;

- Divulgação de oportunidades profissionais;
- Partilha de informação que se considere interessante/importante para o público-alvo;
- Divulgar as actividades da empresa;
- Criar grupos;
- Criar fóruns de discussão.

Recursos Materiais:

- Computador com ligação à Internet

Recursos Humanos:

- Pessoa para gerir/moderar as diversas plataformas

Estratégias:**1. Criação das contas Facebook, Twitter e LinkedIn**

Criar as contas nestas plataformas não requer qualquer tipo de pagamento. Para o Facebook, é necessário criar a conta como instituição, criar um username e uma password. Para além disso, para se criar um grupo relativo à empresa, basta que um utilizador que já esteja no Facebook o faça.

Para o Twitter, basta criar um username que ainda não esteja a ser utilizado e uma password.

No LinkedIn, o grupo é criado por um utilizador que já tenha conta nesta plataforma.

2. Divulgação

Para divulgar a presença da empresa nestas plataformas, serão adicionados *links* no site da empresa. Para além disso, serão enviados e-mails aos contactos da empresa para dar a conhecer o que foi feito e convidando as pessoas a juntarem-se à rede.

Nesse e-mail constará uma pequena explicação sobre o que é cada plataforma, para que as pessoas que não as conhecem fiquem a perceber o que se está a tratar.

Para além disso, contamos com a procura nas próprias plataformas, através dos motores de busca que estão inseridos nas mesmas. Contamos também com o ‘passa-a-palavra’ entre os utilizadores.

3. Dinamização

Será necessária a existência de alguém que dinamize estes grupos/plataformas, de modo a manter o interesse de quem as visita.

Relativamente ao grupo de discussão do Facebook, serão abertas discussões, e divulgadas informações que se considerem relevantes para os seus membros. Quando há actualizações nas discussões do grupo, os membros não são informados, o que requer que estes visitem o grupo regularmente. No entanto, quando há actualizações na página da empresa no Facebook, os membros (que neste caso, são quem se adicionou como ‘fã’) são informados através das actualizações que surgem na página principal do membro em questão.

Quanto ao Twitter, este será actualizado com notícias e divulgação dos cursos que a empresa oferece. Para a actualização/dinamização deste local, será necessária uma procura de notícias que interessem às pessoas que ‘seguem’ a empresa. Será um local com menos dinamização.

Já quanto ao LinkedIn, pretende-se criar uma rede de contactos com pessoas que se interessam/trabalham em áreas semelhantes. Isto poderá proporcionar novas oportunidades de emprego, parcerias, entre outras. Neste grupo do LinkedIn é possível iniciar discussões, partilhar notícias, colocar anúncios de emprego, iniciar subgrupos (isto é, um grupo dentro do grupo da empresa onde os membros podem colaborar entre si, baseando-se num projecto, num tópico, etc.).

Algo comum ao Facebook e ao LinkedIn é a importância de criar discussões, pois será nessas onde haverá maior participação por parte dos membros.

Avaliação:

A avaliação será feita tendo em conta a participação dos membros e a adesão das pessoas aos grupos (LinkedIn e Facebook) e os seguidores no Twitter. Importante fazer abrir uma discussão no Facebook para que se possa saber qual feedback dado pelos utilizadores.

Resultados

As planificações atrás apresentadas surgiram através de uma necessidade de criar uma relação mais próxima entre a empresa e os estudantes, assim como uma actualização da imagem da empresa. Também era pretendido manter o contacto com os antigos alunos e criar algo que fosse importante para eles e para o seu futuro profissional e para a sua educação.

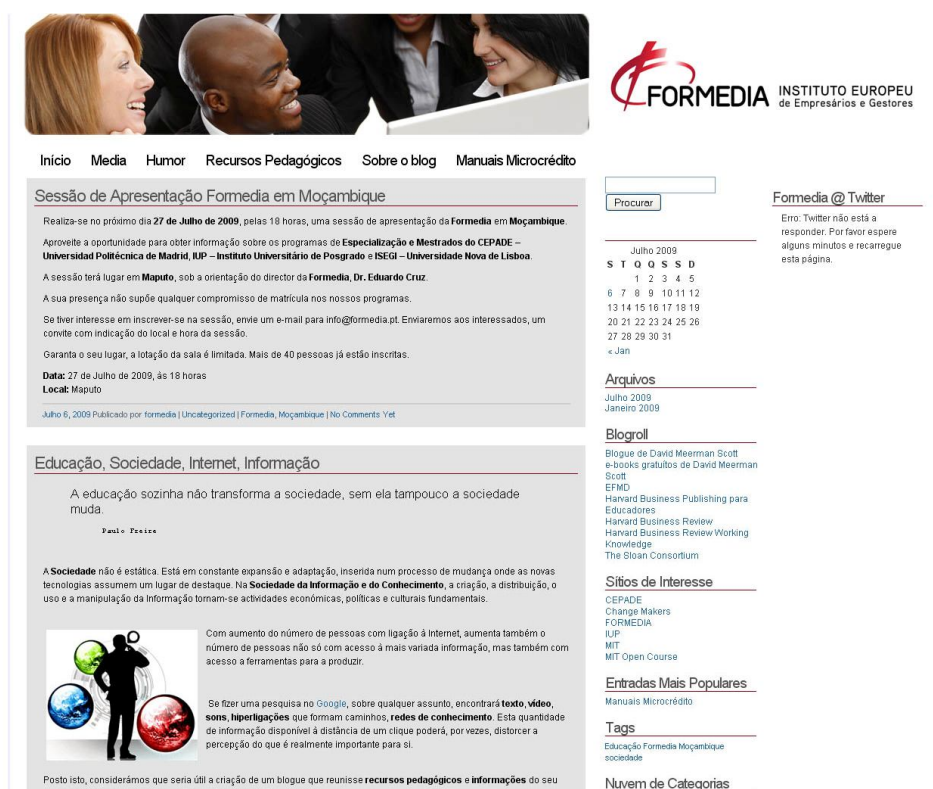
Apesar da minha intenção de aplicar aquilo que pensei para a empresa, apenas consegui começar, durante o estágio, algumas das actividades propostas.

- Blog

O blog foi criado durante a renovação do site da empresa. O endereço é:

<http://formedia.wordpress.com>.

Figura 4. Página de entrada do blog FORMEDIA



FORMEDIA INSTITUTO EUROPEU de Empresários e Gestores

Início Media Humor Recursos Pedagógicos Sobre o blog Manuais Microcrédito

Sessão de Apresentação Formedia em Moçambique

Realiza-se no próximo dia **27 de Julho de 2009**, pelas 18 horas, uma sessão de apresentação da **Formedia** em **Moçambique**. Aproveite a oportunidade para obter informação sobre os programas de **Especialização e Mestrados do CEPADE – Universidad Politécnica de Madrid, IUP – Instituto Universitário de Posgrado e ISEGI – Universidade Nova de Lisboa**. A sessão terá lugar em **Maputo**, sob a orientação do director da **Formedia**, **Dr. Eduardo Cruz**. A sua presença **não** supõe qualquer compromisso de matrícula nos nossos programas. Se tiver interesse em inscrever-se na sessão, envie um e-mail para info@formedia.pt. Enviaremos aos interessados, um convite com indicação do local e hora da sessão. Garanta o seu lugar, a lotação da sala é limitada. Mais de 40 pessoas já estão inscritas.

Data: 27 de Julho de 2009, às 18 horas
Local: Maputo

Julho 6, 2009 Publicado por formedia | Uncategorized | Formedia, Moçambique | No Comments Yet

Educação, Sociedade, Internet, Informação

A educação sozinha não transforma a sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda.

Paulo Freire

A **Sociedade** não é estática. Está em constante expansão e adaptação, inserida num processo de mudança onde as novas tecnologias assumem um lugar de destaque. Na **Sociedade da Informação e do Conhecimento**, a criação, a distribuição, o uso e a manipulação da Informação tornam-se actividades económicas, políticas e culturais fundamentais.

Com o aumento do número de pessoas com ligação à Internet, aumenta também o número de pessoas não só com acesso à mais variada informação, mas também com acesso a ferramentas para a produzir.

Se fizer uma pesquisa no **Google**, sobre qualquer assunto, encontrará **texto, vídeo, sons, hiperligações** que formam caminhos, **redes de conhecimento**. Esta quantidade de informação disponível à distância de um clique poderá, por vezes, distorcer a percepção do que é realmente importante para si.

Posto isto, considerámos que seria útil a criação de um blogue que reunisse **recursos pedagógicos e informações** do seu

Procurar

Formedia @ Twitter

Erro: Twitter não está a responder. Por favor espere alguns minutos e recarregue esta página.

Julho 2009
S T Q O S S D
1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30 31
< Jan

Arquivos

Julho 2009
Janeiro 2009

Blogroll

Blogue de David Meerman Scott
e-books gratuitos de David Meerman Scott
EFMD
Harvard Business Publishing para Educadores
Harvard Business Review
Harvard Business Review Working Knowledge
The Sloan Consortium

Sítios de Interesse

CEPADE
Change Makers
FORMEDIA
IUP
MIT
MIT Open Course

Entradas Mais Populares

Manuais Microcrédito

Tags

Educação Formedia Moçambique sociedade

Nuvem de Categorias

O blog divide-se por diferentes páginas. Media – Onde estão hiperligações para vídeos considerados interessantes; Humor – Com cartoons relacionados com gestão e empreendedorismo; Recursos Pedagógicos – Com hiperligações para vídeos realizados pelo CEPADE, onde explicam alguns dos conteúdos das diversas cadeiras leccionadas e com documentos desenvolvidos pela empresa; Sobre o blog – Onde está uma pequena introdução ao blog; e Manuais Microcrédito – Onde se encontram disponíveis para download os manuais utilizados para a formação Microcrédito.

A única forma de divulgação do blog foi a hiperligação presente no site da empresa. O blog teve alguns meses parado, pois outros trabalhos foram surgindo e não consegui aplicar-me neste projecto como queria.

No mês de Junho (já após o estágio) o blog voltou ao activo.

Há uma pessoa designada para actualizar o blog. No entanto, como este não está a ser devidamente explorado, nem o foi durante a minha presença, não tenho dados visíveis que me confirmem o seu sucesso.

- Facebook

Foram criadas duas páginas no Facebook para a empresa: um grupo de discussão e uma página própria da empresa.

Figura 5. Página do grupo FORMEDIA no Facebook

The screenshot displays the Facebook interface for the FORMEDIA group. At the top, the navigation bar includes 'facebook', 'Home', 'Profile', 'Friends', 'Inbox', and user options 'Silvia Dias', 'Settings', 'Log out', and '5'. The group header shows the name 'FORMEDIA - Instituto Europeu de Empresários e Gestores' and 'Global'. The main content area is divided into sections: 'Basic Info' (Type: Business - Companies, Description: A FORMEDIA é uma empresa de formação de executivos, especializada em e-learning. Tem actividades regulares nos países de língua portuguesa, em especial Portugal, Angola, Brasil, Cabo Verde e Moçambique, em regime presencial e a distância, online, com recurso à internet e multimédia.), 'Contact Details' (Email: info@formedia.pt, Website: http://www.formedia.pt, Location: Rua Padre Américo, nº12 1 Lisboa, Portugal), 'Members' (Displaying 3 members: Silvia Dias, Sara Pataco, Nuno Andrade Campos), and 'Group type' (This is an open group. Anyone can join and invite others to join.). A sidebar on the right contains administrative options like 'View Discussion Board', 'Message all members', 'Promote Group with an Advert', 'Edit group', 'Edit members', 'Invite people to join', 'Create related event', 'Leave Group', and 'Share +'. Below these are 'Admins' listed as Nuno Andrade Campos (Portugal), Sara Pataco, and Silvia Dias (creator).

Neste grupo, a ideia é criar tópicos de discussão sobre variados temas, mas especialmente relacionados com gestão e empreendedorismo.

Figura 6. Página da FORMEDIA no Facebook

The screenshot shows the Facebook page for Formedia. The header includes the company name 'Formedia - Instituto Europeu de Empresários e Gestores' and navigation tabs for 'Wall', 'Info', 'Photos', 'Discussions', 'Reviews', and '+'. The 'Info' tab is active. The page features a cover photo with the FORMEDIA logo and a description: 'A FORMEDIA é uma empresa de formação de executivos, especializada em e-learning. Tem actividades regulares nos países de língua portuguesa, em especial Portugal, Angola, Brasil, Cabo Verde e Moçambique, em regime presencial e a distância.' Below this is an 'Information' section with contact details: 'Location: Rua Padre Américo, nº 12 - 1 Lisbon, Portugal, 1600-548', 'Phone: 21 716 21 92', and 'Mon - Fri: 09:00 - 18:00'. The page is set to 'Public' and includes an 'Edit Information' button.

Nesta página, os utilizadores, ao tornarem-se “fãs”, poderão receber as actualizações que vão sendo colocadas aqui. A agenda permitirá marcar as datas das sessões de apresentação realizadas pela empresa, assim como convidar os membros para

esses eventos. Não foi possível avaliar o sucesso desta página e do grupo FORMEDIA pois, após o estágio, ainda se encontravam em fase de aprovação.

- Ning

A proposta para a plataforma Ning foi apresentada ao ex-aluno que tinha realizado os inquéritos aos restantes ex-alunos. A resposta a esta proposta foi muito positiva. Como esse ex-aluno já tinha criado uma conta no Ning, resolvemos aproveitá-la. Assim sendo, esta plataforma não foi criada por mim, mas os objectivos/ideias criados para a mesma foram aprovados.

A plataforma está no link: <http://acepadelp.ning.com/> .

Esta é a aparência da plataforma:

Figura 6. Página de entrada da Plataforma Ning criada para os antigos alunos FORMEDIA

No fim do estágio, a plataforma já estava a ser explorada pela empresa. Não sei se alguma vez será utilizada no seu máximo potencial, pois algumas das plataformas/grupos criados para a empresa, após a minha saída da empresa, ainda estavam em discussão relativamente à sua aprovação (no que diz respeito ao *layout* e conteúdos específicos).

- Twitter

A página da empresa foi criada no Twitter após o fim do meu estágio. Por esta razão, não me foi possível retirar conclusões sobre esta ferramenta.

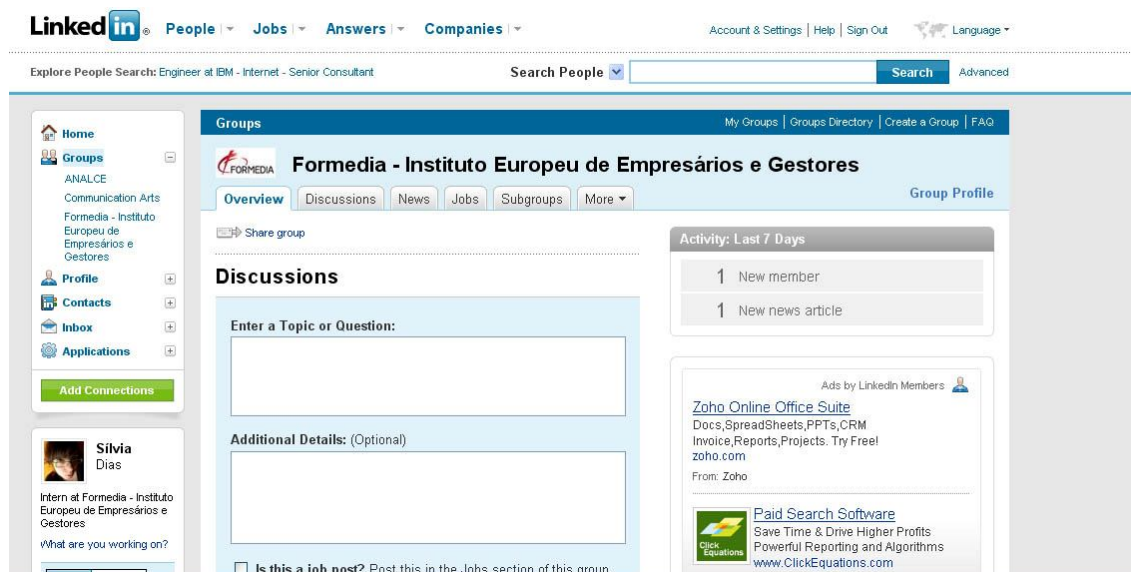
Figura 7. Página da FORMEDIA no Twitter



- LinkedIn

A página da empresa no LinkedIn também foi criada pouco tempo antes do fim do estágio, não por mim, mas por outras pessoas que assumiram a área da comunicação.

Figura 8. Página da FORMEDIA no LinkedIn



Algumas pessoas que não eram da empresa juntaram-se ao grupo, sem qualquer divulgação da mesma, excepto as ligações das pessoas que se juntaram primeiramente ao grupo.

No entanto, como a mesma não foi publicitada ainda durante o meu estágio, não consegui reunir grandes conclusões sobre o sucesso desta ferramenta. Com a sua divulgação, espera-se reunir antigos e actuais alunos, clientes da empresa neste grupo, dinamizando debates, criando contactos e oportunidades de emprego.

Apesar de não ter conseguido criar e dinamizar tudo aquilo que tinha planeado, ao continuar na empresa após o estágio, tive a oportunidade de passar e acompanhar esses trabalhos à área da comunicação. Também é preciso sublinhar que aplicações como estas demoram algum tempo até atingir um verdadeiro sucesso. Pelo meio, existe muito trabalho e aplicação das pessoas encarregues de dinamizar estas plataformas.

Balanço Avaliativo

Sei que o estágio é uma fase importante na vida de muitos estudantes. É o culminar de anos de trabalho e estudo, uma tentativa de adaptação ao mundo, na área em que escolheu especializar-se.

Ao longo destes meses tentei aproveitar o meu estágio ao máximo, aprendendo com a experiência de outras pessoas e construindo a minha própria experiência.

Tive a sorte de poder trabalhar numa área que sempre me interessou e desenvolver um projecto em que acredito. Penso que o que criei poderá trazer benefícios às pessoas que procuram os serviços da empresa em que trabalhei, proporcionando ligações importantes e formas de se manterem actualizados num mundo em constante mutação e desenvolvimento.

A própria Web 2.0 está em constante evolução, à medida que a ingenuidade humana aplica o cenário “E se?”, expandido as possibilidades e capacidades da Web em áreas novas e não testadas. Seguindo este raciocínio, não é surpresa o facto de a Web 2.0 fazer já parte do nosso dia-a-dia. Se a educação é a chave para o conhecimento e o sucesso, então a Web 2.0 poderá ser um dos rumos a seguir, já que é caracterizada pela quantidade de informação que é distribuída em formas únicas que não existiam na Web 1.0.

As Tecnologias de Informação e Comunicação são muito importantes (e úteis) para empresas de formação de empresários e gestores. As TIC podem ajudar pessoas que trabalhem nos ramos da Gestão, que normalmente não têm muito tempo disponível, ao oferecerem a possibilidade de aceder a contextos educativos, não presenciais. Ou seja, estas pessoas podem prosseguir as suas aprendizagens através da Internet, sem precisarem de sair de casa e sem abdicarem da qualidade do ensino. É aqui que as empresas de formação têm um papel muito importante: criar ferramentas que

proporcionem experiências gratificantes para pessoas que, já por si, têm pouco tempo. Por outro lado, e focando-me na empresa onde estagiei, as TIC trazem vantagens de outro tipo. Em países africanos, por vezes, a qualidade de ensino não é a melhor. As TIC proporcionam aos residentes nestes países a possibilidade de frequentarem cursos de pós-graduação em instituições de renome, sem terem que se ausentar do país.

Acredito que as TIC abriram o mundo e trazem o mundo a quem por vezes não tem possibilidades de o visitar de outra forma. E, na educação, há cada vez mais ferramentas que proporcionam grandes experiências de ensino a quem as utiliza.

Após o meu estágio, sinto que cresci, que sou alguém diferente. Encarei novos desafios, fiquei a conhecer melhor as dificuldades que muitos países têm em aceder ao que eu considero já algo básico, aprendi a viver num mundo profissional. Em todos os projectos em que participei, tentei sempre ser prestável e ajudar a empresa. Sinto que ao trabalhar com países menos desenvolvidos, houve uma parte de mim que ficou mais atenta ao que poderia e ao que está a ser feito para oferecer uma maior ajuda em termos educativos.

Não posso dizer que foi um percurso fácil. Talvez nunca seja. Inicialmente, debati-me com a minha introversão, a necessidade de crescer e o processo de habituação a um novo ambiente. O trabalho que realizei na empresa permitiu-me ganhar bastante experiência. A rigidez da Direcção e a sua vontade de que as coisas acontecessem o mais rápido possível fazia com que as pessoas comesçassem uma tarefa e não a acabassem ou que tivessem que passá-la a outra pessoa que, não tendo acompanhado a tarefa desde o início, demorava ainda mais tempo a tentar perceber o que foi feito. No entanto, o facto de essa 'rotatividade' existir, permitiu-me trabalhar em áreas que não teria trabalhado numa outra situação, aumentando também os meus conhecimentos.

Apesar de não ter conseguido aplicar o projecto que desenvolvi, confio nas pessoas que ficaram encarregues desta área. Acredito que as ferramentas Web 2.0 poderão trazer muitas vantagens para a educação, se bem aplicadas. Acredito também que, para empresários e gestores, a sua utilização pode trazer resultados interessantes, já que têm a possibilidade de partilhar experiências e ficar a conhecer hábitos e culturas diferentes das suas. Isto, na minha opinião, traz um enriquecimento da pessoa, em vários níveis. São partilhas que, talvez sem esta interacção ‘virtual’, o indivíduo não pudesse usufruir.

Respondendo às questões que coloquei inicialmente, acredito que a Web 2.0 poderá trazer benefícios no que diz respeito à aprendizagem ao longo da vida destes alunos. Espero que o projecto que propus possa ajudar, em parte, nessa busca de conhecimento.

É claro que com a abertura da Internet ao mundo, torna-se difícil filtrar o que realmente interessa. A informação disponível é tanta, que existe o risco de uma pessoa se perder no meio do que não interessa. É aí que entram as pessoas especializadas, que servem como guia. Estas pessoas são ainda mais importantes em contextos educativos.

Encontrar pessoas motivadas para esta área é um grande passo para uma melhor utilização das ferramentas da Web 2.0 na educação. São necessários professores e formadores para que se construam espaços de qualidade.

Voltando a uma afirmação de Tim Berners-Lee (2006), a Web sempre teve como finalidade ligar as pessoas, é um espaço interactivo. Por isso, penso que faz todo o sentido a utilização deste espaço para aprender e partilhar aprendizagens.

Referências Bibliográficas

Alexander, B. (2006). Web 2.0 – a new wave of innovation for teaching and learning. *Educause Review*, 41 (2), 32 – 44. Consultado em Março de 2009, disponível em <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM0621.pdf>.

Anderson, P. (2007). What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. *JISC Technology and standards watch*, February. Consultado em Dezembro de 2008, disponível em <http://www.scribd.com/doc/300024/What-is-web-20-Ideas-technologies-and-implications-Paul-Anderson>.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Berners-Lee, T. (2006). Tim Berners-Lee. In Laningham, S. (ed). *Podcast, developerworks interviews*, 22 de Agosto, IBM website. Consultado em Fevereiro de 2009, transcrição disponível em <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>.

Bruner, J. (1966). *Towards a theory of instruction*. Cambridge: Harvard University Press.

Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.

Cho, A (22 de Julho de 2008). *What is web 3.0? The next generation web: search context for online information*. Consultado em Setembro de 2009, disponível em http://internet.suite101.com/article.cfm/what_is_web_30

Costa, F., & Peralta, H. (2007). Comunidades virtuales de aprendizaje: el punto de vista de los participantes. *Revista electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 8 (3), pp. 23 – 59. Consultado em Janeiro de 2009, disponível em http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_03/n8_03_albuquerque_peralta.pdf

Costa, J. A. (2007). *Projectos em educação – contributos de análise organizacional*. Aveiro: Universidade de Aveiro.

Coutinho, C., & Bottentuit, J. (2007). Blog e Wiki: Os futuros professores e as ferramentas da web 2.0. In Marcelino, M. e Silva, M. (org.), *SIIE'2007: Actas do Simpósio Internacional de Informática Educativa*. 9. Porto. Consultado em Dezembro de 2008, disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIE.pdf>

Estrela, A. (1994) *Teoria e prática de observação de classes, uma estratégia de formação de professores*. Lisboa: Porto Editora.

Franklin, T., & van Harmelen, M. (2007). *Web 2.0 for content for learning and teaching in higher education*. Consultado em Março de 2009, disponível em

<http://staff.blog.ui.ac.id/harrybs/files/2008/10/web-2-for-content-for-learning-and-teaching-in-higher-education.pdf>

Gomes, M. (2005). Blogs: um recurso e uma estratégia educativa. In *Actas do VII Simpósio Internacional de Informática Educativa*. 305-311. SIIIE.

Hempel, J. (2 de Março de 2009). How Facebook is taking over our lives. *Fortune*. p.35-41.

Jonassen, D. (1996). *Computers in the classroom: mind tools for critical thinking*. OH: Merrill/Prentice Hall.

Kemp, J., & Livingstone, D. (s.d.). *Putting a second life “metaverse” skin on learning management systems*. Consultado em Março de 2009, disponível em <http://www.sloodle.com/whitepaper.pdf>.

Magano, J., Castro, A., & Carvalho, C. (2008). O e-learning no ensino superior: um caso de estudo. *Educação, Formação & Tecnologias*, 1 (1), 79 – 92. Consultado em Fevereiro de 2009, disponível em <http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/viewFile/22/15>

Marshall, C., & Rossman, G. (1989). *Designing qualitative research*. California: Sage Publications, Newbury Park.

Scott, D. M. (2008). *The new rules of viral marketing*. Consultado em Novembro de 2008, disponível em

http://www.davidmeermanscott.com/documents/Viral_Marketing.pdf

O'Reilly, T. (2007). What is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. *COMMUNICATIONS & STRATEGIES*, (65), 1st quarter 2007, 17 – 37. Consultado em Janeiro de 2009, disponível em http://mpa.ub.uni-muenchen.de/4580/1/MPRA_paper_4580.pdf

Web 3.0. (s.d.). Consultado em Setembro de 2009, disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_3.0

Anexos

Anexo 1 – Calendarização do Estágio - Prevista

Mês	Actividades
Outubro	<ul style="list-style-type: none">- Início do estágio- Adaptação ao local de estágio (perceber a forma como a empresa funciona, onde poderei actuar, ...)
Novembro	<ul style="list-style-type: none">- Análise de Necessidades- Recolha documental- Pesquisa teórica- Delimitação de possíveis projectos
Dezembro	<ul style="list-style-type: none">- Recolha documental- Planificação do Projecto 1 – Blog- Início da redacção do relatório
Janeiro	<ul style="list-style-type: none">- Criação e Desenvolvimento do Blog- Planificação do Projecto 2 (e 3?)- Continuação da redacção do relatório
Fevereiro	<ul style="list-style-type: none">- Entrevista- Aplicação do Projecto 2 (e 3, caso venha a ser aplicado)- Análise da entrevista- Continuação da redacção do relatório
Março	<ul style="list-style-type: none">- Análise e avaliação dos resultados dos Projectos- Continuação da redacção do relatório

Anexo 2 – Calendarização do Estágio - Real

Mês	Actividades
Outubro	<ul style="list-style-type: none">- Início do estágio- Adaptação ao local de estágio (perceber a forma como a empresa funciona, onde poderei actuar, ...)
Novembro	<ul style="list-style-type: none">- Análise de Necessidades- Recolha documental
Dezembro	<ul style="list-style-type: none">- Pesquisa teórica- Recolha documental- Planificação 1 – Blog- Início da redacção do relatório
Janeiro	<ul style="list-style-type: none">- Criação e lançamento do Blog- Início da Planificação 2 – Associação de Antigos Alunos CEPADÉ- Planificação 3 – LinkedIn, Facebook e Twitter- Pesquisa Teórica- Continuação da redacção do relatório
Fevereiro	<ul style="list-style-type: none">- Entrevista- Análise da entrevista- Término da Planificação 2- Discussão da Planificação 2 com quem fez o questionário aos antigos alunos

	- Continuação da redacção do relatório
Março	- Criação do grupo no Facebook e no LinkedIn - Recolha dos resultados obtidos nas plataformas criadas (blog/facebook/linkedin) - Continuação da redacção do relatório

Anexo 3 – Guião de Entrevista ao Director da Empresa

Tema: O e-learning e a Web 2.0

Objectivos Gerais da Entrevista:

- Compreender o ponto de vista do entrevistado relativamente à utilização do e-learning em Portugal;
- Compreender quais os obstáculos, vantagens e desvantagens existentes relativamente ao e-learning;
- Conhecer a visão do entrevistado sobre a Web 2.0 e a sua utilização;
- Compreender se a utilização das ferramentas da Web 2.0 poderão trazer benefícios para a empresa;
- Perceber o ponto de vista do entrevistado relativamente às redes sociais e à sua utilização na sua empresa.

Blocos Temáticos	Objectivos Específicos	Questões / Tópicos
A. Legitimação da Entrevista.	- Legitimar a entrevista.	1. Pedir autorização para gravar a entrevista.
B. e-learning	- Compreender o que despertou a atenção para a utilização do e-learning como um formato viável no meio educativo.	2. Em que altura aceitou o e-learning como um formato viável no meio educativo e como foi primeiramente utilizado?

	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer o ponto de vista do entrevistado no que diz respeito às práticas de e-learning em Portugal; - Conhecer os obstáculos encontrados na utilização do e-learning na área da Formação; - Conhecer a visão do entrevistado relativamente à evolução do e-learning em Portugal; - Conhecer os benefícios que o e-learning trouxe para as práticas empresariais em Portugal; - Perceber se o e-learning contribuiu para o desenvolvimento da formação empresarial em Portugal, de modo a manter-se ao mesmo nível (ou semelhante) ao que se faz internacionalmente. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Qual é a sua opinião quanto à forma como e-learning foi integrado na formação em Portugal? 4. Quais os maiores obstáculos encontrados na aplicação do e-learning para uso na Formação/Educação? 5. Como tem o e-learning evoluído em Portugal desde o seu aparecimento? Qual a sua opinião relativamente a essa evolução? 6. Como tem o e-learning melhorado as práticas empresariais em Portugal? O e-learning tem dado às empresas portuguesas um impulso para que se tornem mais competitivas a um nível internacional? Poderia explicar a sua resposta?
<p>C. Web 2.0</p>	<p>- Saber o que é a Web 2.0 para o entrevistado.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 7. O que entende por Web 2.0?

	<p>- Perceber se a Web 2.0 trouxe melhoria para as práticas de e-learning;</p> <p>- Saber quais as ferramentas da Web 2.0 que mais benefícios poderão trazer para a empresa.</p>	<p>8. De que forma a Web 2.0 tem permitido a melhoria das práticas de e-learning? Se considera que não trouxeram qualquer melhoria, poderia explicar o porquê?</p> <p>9. Que ferramenta(s) da Web 2.0 poderá(ão) trazer mais benefícios para a empresa? Poderia explicar?</p> <p>10. Considera que o desenvolvimento decorrido através da Web 2.0 tem trazido benefícios para a sua empresa? Como? E se não tem, porquê?</p>
	<p>- Perceber quais as vantagens e desvantagens que a utilização da Web 2.0 poderá trazer para o trabalho com os alunos de outros países.</p>	<p>11. Tendo em conta o facto de que a empresa trabalha com outros países para além de Portugal (Angola, Moçambique, etc.), que vantagens e desvantagens poderá ter a utilização das ferramentas da Web 2.0, não só para a empresa, como para os alunos com quem trabalham?</p>
	<p>- Compreender o ponto de vista do entrevistado relativamente ao desenvolvimento e</p>	<p>12. Qual a sua opinião sobre o desenvolvimento e aplicação da Web 2.0 em Portugal?</p>

	<p>aplicação da Web 2.0 em Portugal</p> <p>- Perceber o que, na opinião do entrevistado, ainda pode ser melhorado relativamente à utilização das ferramentas da Web 2.0</p>	<p>Considera que tem sido, é ou poderá ser uma forma de permitir que Portugal obtenha um lugar de destaque no mundo empresarial internacional? Porquê?</p> <p>13. Acha que as ferramentas da Web 2.0 já foram completamente exploradas no que diz respeito à sua utilização na educação? Porquê? O que acha que ainda poderá ser feito?</p>
	<p>- Compreender quais os benefícios que as redes sociais poderão trazer para os alunos com quem trabalham</p>	<p>14. As redes sociais estão cada vez mais desenvolvidas e dão a oportunidade aos seus utilizadores de estabelecer relações e aumentar o seu número de contactos, entre outros. Que benefícios poderão estas trazer aos estudantes que já terminaram os seus estudos através desta empresa?</p>

Anexo 4 – Entrevista ao Director da Empresa

- **e-Learning**

1. Em que altura aceitou o e-learning como um formato viável no meio educativo e como foi primeiramente utilizado?

Em 1995, após a explosão da Web, tornou-se claro que o e-learning ia ter um papel importante na formação de empresários e gestores. Organizamos parcerias europeias para, com o apoio da Comissão Europeia, preparar programas de formação de formadores para PMES, e criação de empresas.

2. Qual é a sua opinião quanto à forma como e-learning foi integrado na formação em Portugal?

Portugal tem no geral um atraso sensível em relação aos países mais desenvolvidos. Isso deve-se a uma cultura pouco apostada na inovação e no trabalho de equipas multidisciplinares que o e-learning de qualidade exige.

3. Quais os maiores obstáculos encontrados na aplicação do e-learning para uso na Formação/Educação?

Os anteriormente referidos, acrescidos dos efeitos perversos do FSE e do desinteresse geral de empregados e organizações pela formação ao longo da vida.

4. Como tem o e-learning evoluído em Portugal desde o seu aparecimento? Qual a sua opinião relativamente a essa evolução?

É um fenómeno marginal nas necessidades de formação das nossas organizações.

Estamos a aumentar o nosso atraso em competitividade com os principais concorrentes internacionais.

5. Como tem o e-learning melhorado as práticas empresariais em Portugal? O e-learning tem dado às empresas portuguesas um impulso para que se tornem mais competitivas a um nível internacional? Poderia explicar a sua resposta?

Tirando raras e honrosas exceções, as práticas empresariais não têm melhorado em Portugal. O nível geral de habilitações de empresários, gestores e colaboradores é baixo. As suas motivações para trabalhar melhor e aprender são fracas. A liderança é pobre. Estudos internacionais como os do World Competitiveness Yearbook documentam as nossas afirmações.

- **Web 2.0**

6. O que entende por Web 2.0?

De uma forma simples, enquanto a Web 1.0 é unidireccional na comunicação entre emissor e receptores, a Web 2.0 permite aumentar a interactividade. O Youtube, Twitter, Second Life, blogs, e muitas outras novas ferramentas permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores - formadores para uma larga comunidade em

*que todos podemos aprender e criar conteúdos por meio de texto, som, imagem, cor...
que são partilhados por comunidades largas de aprendentes.*

7. De que forma a Web 2.0 tem permitido a melhoria das práticas de e-learning? Se considera que não trouxeram qualquer melhoria, poderia explicar o porquê?

Estamos no início de um longo processo onde, com equipas multidisciplinares têm de aprender a criar e partilhar conteúdos.

8. Que ferramenta(s) da Web 2.0 poderá(ão) trazer mais benefícios para a empresa? Poderia explicar?

Dependerá sempre dos objectivos de ensino e aprendizagem e dos respectivos destinatários. Não devemos nesta fase ter preconceitos nem discriminar: importa experimentar, testar, investigar, e concluir.

9. Considera que o desenvolvimento decorrido através da Web 2.0 tem trazido benefícios para a sua empresa? Como? E se não tem, porquê?

Estamos no princípio e a aprender. O nosso modelo é ainda muito centrado no professor e na comunicação unidireccional. Precisamos de tempo e de mais jovens entusiasmados com o rigor do ensino, a paixão da aprendizagem e o desejo de experimentar com rigor as novas tecnologias. Estou optimista.

10. Tendo em conta o facto de que a empresa trabalha com outros países para além de Portugal (Angola, Moçambique, etc.), que vantagens e desvantagens poderá ter a utilização das ferramentas da Web 2.0, não só para a empresa, como para os alunos com quem trabalham?

Fazendo bem o nosso trabalho, só vejo vantagens. Temos de ter em conta que a internet está menos desenvolvida em África e a funcionar de forma mais lenta. Aplicações que impliquem maior largura de banda têm de evoluir com prudência.

11. As redes sociais estão cada vez mais desenvolvidas e dão a oportunidade aos seus utilizadores de estabelecer relações e aumentar o seu número de contactos, entre outros. Que benefícios poderão estas trazer aos estudantes que já terminaram os seus estudos através desta empresa?

Podem ajudar a continuar a formação perpétua, ao longo da vida. Permitirão encontrar melhores empregos, mais entusiasmantes, com melhores salários, por vezes noutras actividades económicas e até noutros países.

12. Qual a sua opinião sobre o desenvolvimento e aplicação da Web 2.0 em Portugal? Considera que tem sido, é ou poderá ser uma forma de permitir que Portugal obtenha um lugar de destaque no mundo empresarial internacional? Porquê?

Depende sobretudo da audácia e espírito de sacrifício dos jovens. Portugal precisa desesperadamente de encontrar novas áreas de competência onde possua vantagens

concorrenciais sustentáveis para bater a concorrência internacional. A Web 2.0 pode ser uma área de competência, mas estamos novamente a atrasar as aplicações nas organizações e na aprendizagem...

13. Acha que as ferramentas da Web 2.0 já foram completamente exploradas no que diz respeito à sua utilização na educação? Porquê? O que acha que ainda poderá ser feito?

Acho que estamos quase na idade da pedra relativamente às aplicações da Web 2.0.

Acho que o principal é estimular os jovens a usá-la com rigor.

Muito obrigada pela sua colaboração!

Anexo 5 – Unidades de Registo da Entrevista

A1 – “Em 1995, após a explosão da Web”

A2 – “[Em 1995, após a explosão da Web] tornou-se claro que o e-learning ia ter um papel importante na formação de empresários e gestores”

A3 – Organizamos parcerias europeias

A4 – [Organizamos parcerias europeias] para, com o apoio da Comissão Europeia, preparar programas de formação de formadores para PMES

A5 – [com o apoio da Comissão Europeia, preparar programas de formação de formadores para PMES] e criação de empresas

B1- Portugal tem no geral um atraso sensível

B2 – [Portugal tem no geral um atraso sensível] em relação aos países mais desenvolvidos

B3 - Isso deve-se a uma cultura pouco apostada na inovação

B4 – [Isso deve-se a uma cultura pouco apostada na inovação] e no trabalho de equipas multidisciplinares

B5 – [inovação e no trabalho de equipas multidisciplinares] que o e-learning de qualidade exige.

C1 - Os anteriormente referidos

C2 - acrescidos dos efeitos perversos do FSE

C3 – [acrescidos dos efeitos perversos do FSE] e do desinteresse geral de empregados

C4 – [acrescidos dos efeitos perversos do FSE e do desinteresse geral de empregados] e organizações pela formação ao longo da vida

D1- É um fenómeno marginal

D2 – [É um fenómeno marginal] nas necessidades de formação das nossas organizações.

D3 - Estamos a aumentar o nosso atraso em competitividade

D4 – [Estamos a aumentar o nosso atraso em competitividade] com os principais concorrentes internacionais.

E1 – Tirando raras e honrosas excepções, as práticas empresariais não têm melhorado em Portugal.

E2 - O nível geral de habilitações de empresários (...) é baixo

E3 – [O nível geral de habilitações de empresários,] gestores (...) é baixo

E4 – [O nível geral de habilitações de empresários, gestores] e colaboradores é baixo

E5 - As suas motivações para trabalhar melhor (...) são fracas

E6 – [As suas motivações para trabalhar melhor] e aprender são fracas

E7 - A liderança é pobre

E8 - Estudos internacionais como os do World Competitiveness Yearbook documentam as nossas afirmações.

F1 - De uma forma simples, enquanto a Web 1.0 é unidireccional

F2 – [De uma forma simples, enquanto a Web 1.0 é unidireccional] na comunicação entre emissor e receptores

F3 - a Web 2.0 permite aumentar a interactividade

F4 - O Youtube (...) permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores

F5 – [O Youtube], Twitter (...) permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores

F6 – [O Youtube, Twitter] Second Life (...)permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores

F7 – [O Youtube, Twitter, Second Life] blogs (...) permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores

F8 – [O Youtube, Twitter, Second Life, blogs] e muitas outras novas ferramentas permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores

F9 – [permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores – formadores] para uma larga comunidade

F10 – [permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores - formadores para uma larga comunidade] em que todos podemos aprender

F11 - [permitem deslocar o centro da aprendizagem dos professores - formadores para uma larga comunidade em que todos podemos aprender] e criar conteúdos

F12 – [e criar conteúdos] por meio de texto

F13 – [e criar conteúdos por meio de texto] som

F14 - [e criar conteúdos por meio de texto, som] cor...

F15 – [criar conteúdos por meio de texto, som, imagem, cor...] que são partilhados

F16 – [criar conteúdos por meio de texto, som, imagem, cor... que são partilhados] por comunidades largas de aprendentes

G1 – Estamos no início de um longo processo

G2 – [Estamos no início de um longo processo] onde, com equipas multidisciplinares têm de aprender a criar

G3 – [Estamos no início de um longo processo onde, com equipas multidisciplinares têm de aprender a criar] e partilhar conteúdos

H1- Dependerá sempre dos objectivos de ensino

H2 – [Dependerá sempre dos objectivos de ensino] e aprendizagem

H3 – [Dependerá sempre dos objectivos de ensino e aprendizagem] e dos respectivos destinatários

H4 - Não devemos nesta fase ter preconceitos

H5 – [Não devemos nesta fase ter preconceitos] nem discriminar

H6 – importa experimentar

H7 – [importa experimentar] testar

H8 – [importa experimentar, testar] investigar

H9 – [importa experimentar, testar, investigar] e concluir

I1 – Estamos no princípio

I2 – [Estamos no princípio] e a aprender

I3 - O nosso modelo é ainda muito centrado no professor

I4 – [O nosso modelo é ainda muito centrado no professor] e na comunicação unidireccional

I5 - Precisamos de tempo

I6 – [Precisamos de tempo] e de mais jovens entusiasmados

I7 – [e de mais jovens entusiasmados] com o rigor do ensino

I8 –[e de mais jovens entusiasmados com o rigor do ensino] a paixão da aprendizagem

I9 – [e de mais jovens entusiasmados com o rigor do ensino, a paixão da aprendizagem] e o desejo de experimentar com rigor as novas tecnologias

I10 - Estou optimista

J1 - Fazendo bem o nosso trabalho, só vejo vantagens

J2 - Temos de ter em conta que a internet está menos desenvolvida em África

J3 – [Temos de ter em conta que a internet está menos desenvolvida em África] e a funcionar de forma mais lenta

J4 - Aplicações que impliquem maior largura de banda têm de evoluir com prudência.

K1 - Podem ajudar a continuar a formação perpétua

K2 – [Podem ajudar a continuar a formação perpétua] ao longo da vida

K3 – Permitirão encontrar melhores empregos

K4 – [Permitirão encontrar melhores empregos] mais entusiasmantes

K5 – [melhores empregos, mais entusiasmantes] com melhores salários

K6 – [melhores empregos, mais entusiasmantes, com melhores salários] por vezes noutras actividades económicas

K7 – [empregos por vezes noutras actividades económicas] e até noutros países

L1 - Depende sobretudo da audácia

L2 – [Depende sobretudo da audácia] e espírito de sacrifício dos jovens

L3 - Portugal precisa desesperadamente de encontrar novas áreas de competência

L4 – [Portugal precisa desesperadamente de encontrar novas áreas de competência] onde possua vantagens concorrenciais sustentáveis

L5 – [onde possua vantagens concorrenciais sustentáveis] para bater a concorrência internacional

L6 - A Web 2.0 pode ser uma área de competência

L7 – [A Web 2.0 pode ser uma área de competência] mas estamos novamente a atrasar as aplicações nas organizações

L8 – [mas estamos novamente a atrasar as aplicações nas organizações] e na aprendizagem...

M1 - Acho que estamos quase na idade da pedra relativamente às aplicações da Web 2.0.

M2 - Acho que o principal é estimular os jovens a usá-la com rigor

Anexo 6 – Grelhas de Análise da Entrevista

Categorias	Indicadores	Unidades de Registo
Primeiras actividades da empresa na área do e-learning	Aceitação do e-learning como um meio importante na formação de gestores	A1, A2
	Organização de parcerias europeias	A3
	Apoio da Comissão Europeia na preparação de programas de formação	A4, A5
Obstáculos para o e-learning em Portugal	Atraso de Portugal em comparação com países desenvolvidos	B1, B2, C1, D3, D4
	Fraca aposta na inovação	B3
	Fraca aposta no trabalho de equipas disciplinares	B4, B5
	Efeitos do FSE (Fundo Social Europeu)	C2
	Desinteresse dos empregados	C3
	Desinteresse das organizações de formação	C4
	É um fenómeno marginal nas necessidades de formação	D1, D2
Práticas Empresariais em Portugal	Não tem melhorado, salvo raras excepções	E1
	Baixo nível geral de habilitações dos gestores	E2, E3, E4
	Fraca motivação para trabalhar e aprender melhor	E5, E6
	Fraca liderança	E7

	Estudos que provam a fraca prestação	E8
Web 2.0 na educação	Web 1.0 era unidireccional	F1, F2
	Web 2.0 permite aumentar a interactividade	F3
	Ferramentas da Web 2.0 que permitem descentrar o papel do ensino do professor-formador	F4, F5, F6, F7, F8
	Aprendizagem e partilha em comunidade	F9, F10, F15, F16
	Aprendizagem com criação de conteúdos	F11, F12, F13, F14
	Ainda estamos no início do processo	G1
	Necessidade de preparar equipas multidisciplinares	G2, G3
	Atraso relativamente às aplicações da Web 2.0 na educação	M1
	Necessidade de estimular os jovens a usar a Web 2.0 com rigor	M2
	Web 2.0 na FORMEDIA	A sua aplicação depende dos objectivos de ensino e aprendizagem
Abertura e necessidade de experimentar para poderem concluir		H4, H5, H6, H7, H8, H9
Ainda estão a aprender		I1, I2, I5
Modelo centrado no professor		I3, I4
Necessidade de jovens motivados para a aprendizagem e as tecnologias		I6, I7, I8, I9
Optimismo quanto a este assunto		I10

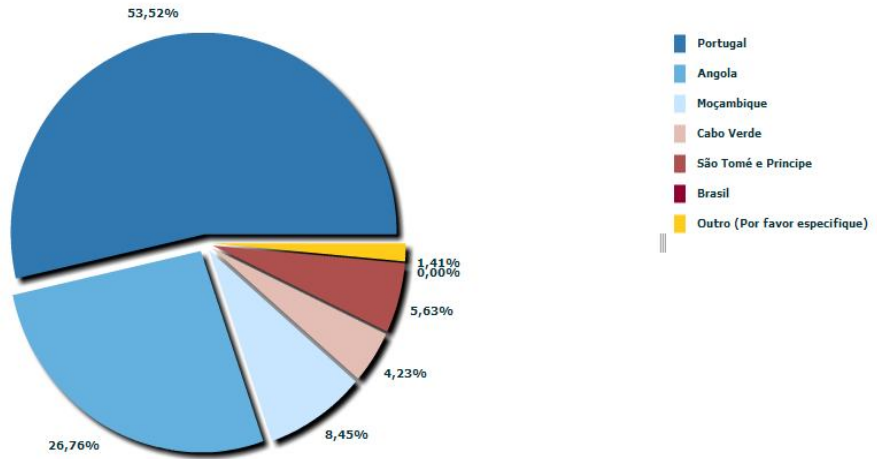
Vantagens da Web 2.0 para o público da empresa	Existem vantagens	J1
	Ajudam na formação ao longo da vida	K1, K2
	Ajudam na procura de melhores empregos	K3, K4, K5, K6, K7
Desvantagens da Web 2.0 para o público da empresa	Internet menos desenvolvida em África	J2, J3
	Prudência nas aplicações que precisem de maior largura de banda	J4
Web 2.0 em Portugal	O destaque de Portugal nesta área depende da audácia dos jovens	L1, L2
	Portugal precisa de encontrar novas áreas de competência	L3, L4, L5
	A Web 2.0 pode ser uma área de competência	L6
	Atraso de Portugal na aplicação da Web 2.0	L7, L8

Anexo 7 – Análise das Respostas ao Inquérito

Esta foi a análise apresentada relativamente ao inquérito feito aos ex-alunos.

Qual o País onde está a residir?

Tarta ▾



Análisis técnico

Media	1,873
Intervalo de confianza (95%)	[1,574 - 2,172]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	1,287
Error estandar	0,153

Conclusiones destacadas

El **80,28%** eligieron:

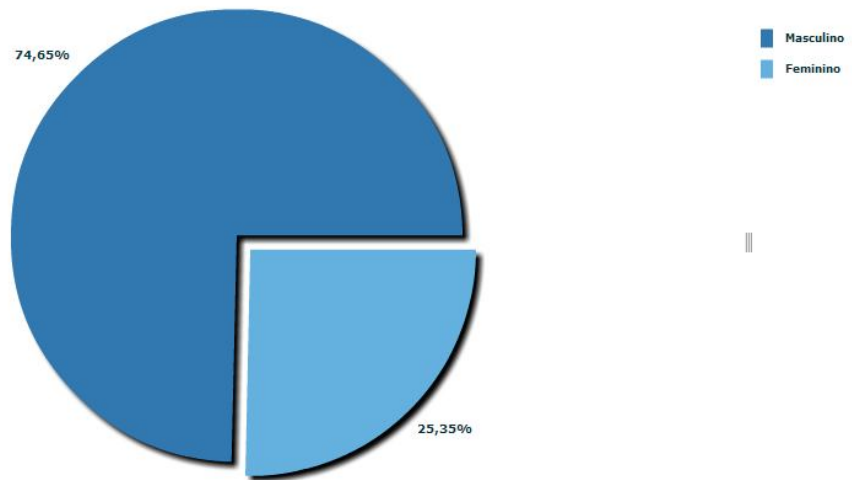
Portugal

Angola

La opción **Brasil** no fue elegida por nadie.

Sexo ?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,254
Intervalo de confianza (95%)	[1,152 - 1,355]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	0,438
Error estandar	0,052

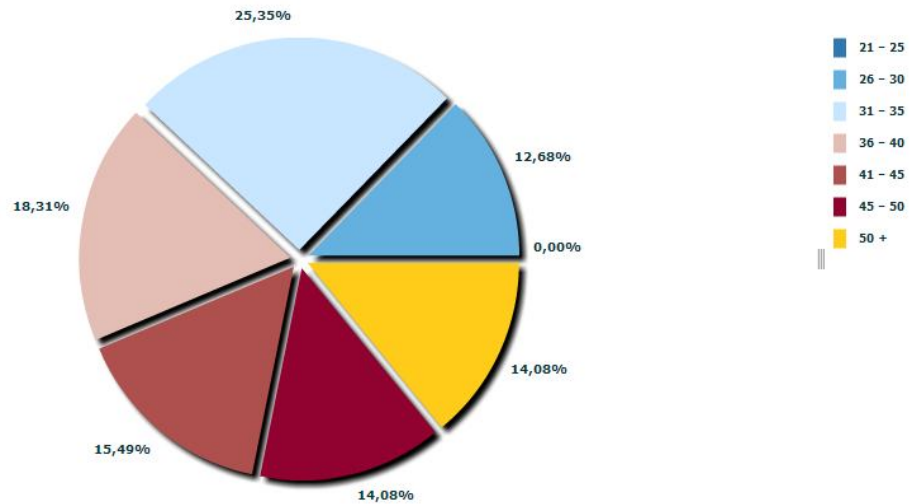
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue Masculino.

La opción menos elegida fue Femenino.

Idade ?

Tarta



Análisis técnico

Media	4,352
Intervalo de confianza (95%)	[3,973 - 4,731]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	1,631
Error estandar	0,194

Conclusiones destacadas

El 43,66% eligieron:

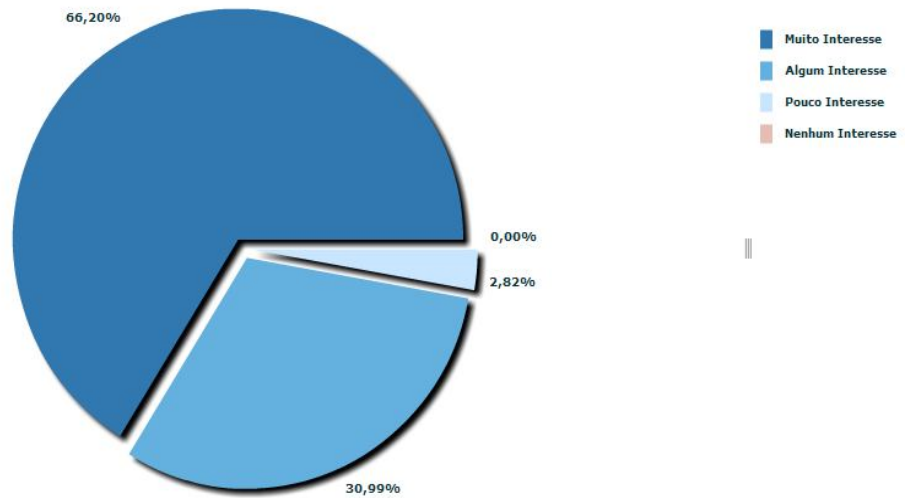
31 - 35

36 - 40

La opción 21 - 25 no fue elegida por nadie.

Que Interesse teria para si um projecto de rede de Antigos Alunos ?!

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,366
Intervalo de confianza (95%)	[1,240 - 1,492]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	0,541
Error estandar	0,064

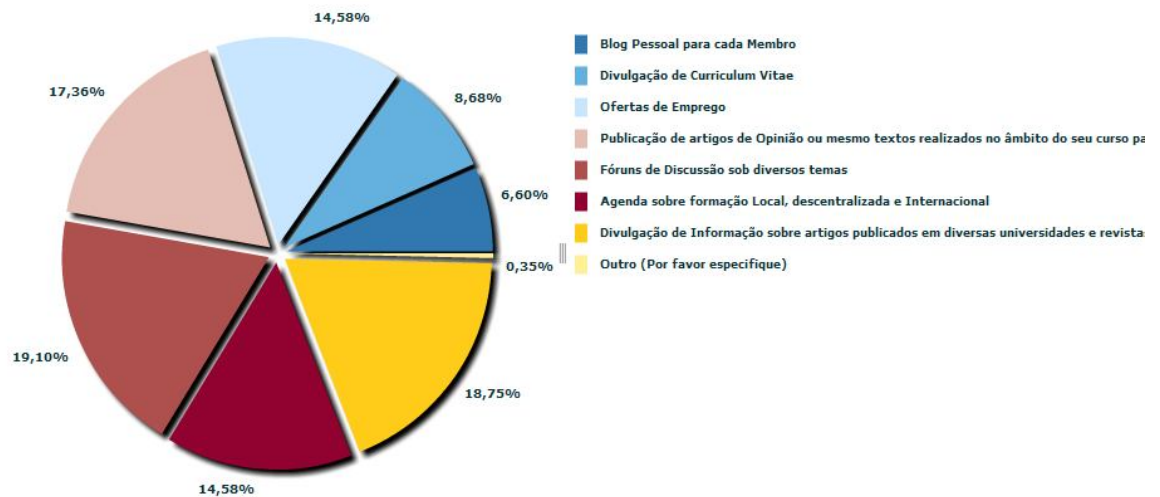
Conclusiones destacadas

El **97,18%** eligieron:
 Muito Interesse
 Algum Interesse
 La opción **Nenhum Interesse** no fue elegida por nadie.

Este projecto conta com uma plataforma Web que serviria de Ponto de Encontro Inicialmente.

Que Funcionalidades gostaria de fossem explorados nesta Plataforma ?

Tarta ▼



Análisis técnico

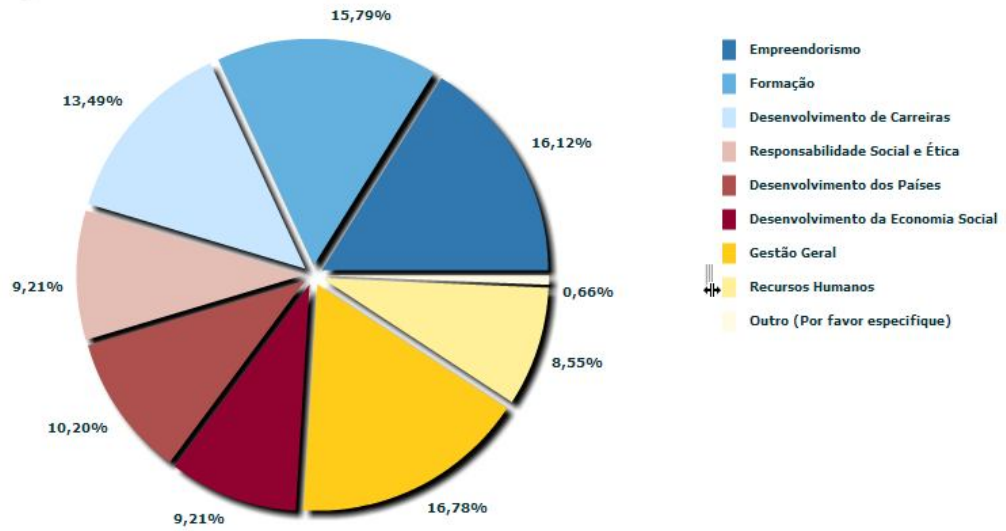
Media	18,423
Intervalo de confianza (95%)	[17,999 - 18,847]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	1,823
Error estandar	0,216

Conclusiones destacadas

El **90,14%** eligieron:
 Fóruns de Discussão sob diversos temas
 Divulgação de Informação sobre artigos publicados em diversas universidades e revistas científicas
 La opción menos elegida representa el **1,41%**:
 Outro (Por favor especifique)

Que assuntos gostaria de ver explorados nesta Plataforma ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	18,113
Intervalo de confianza (95%)	[17,558 - 18,668]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	2,387
Error estándar	0,283

Conclusiones destacadas

El 87,32% eligieron:

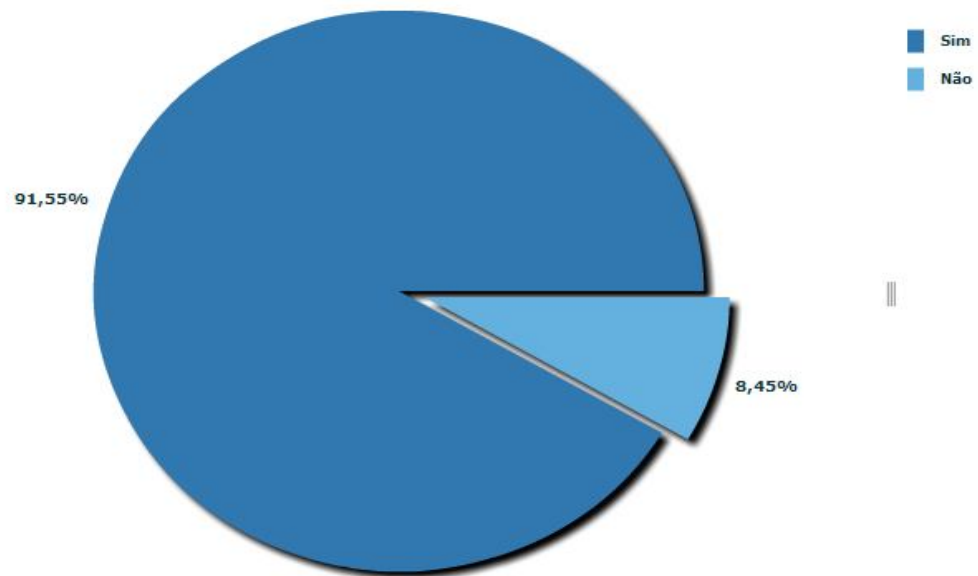
- Gestão Geral
- Empreendedorismo

La opción menos elegida representa el 2,82%:

- Outro (Por favor especifique)

Está nos seus objectivos dos próximos tempos, a continuação da sua formação ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,085
Intervalo de confianza (95%)	[1,019 - 1,150]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	0,280
Error estandar	0,033

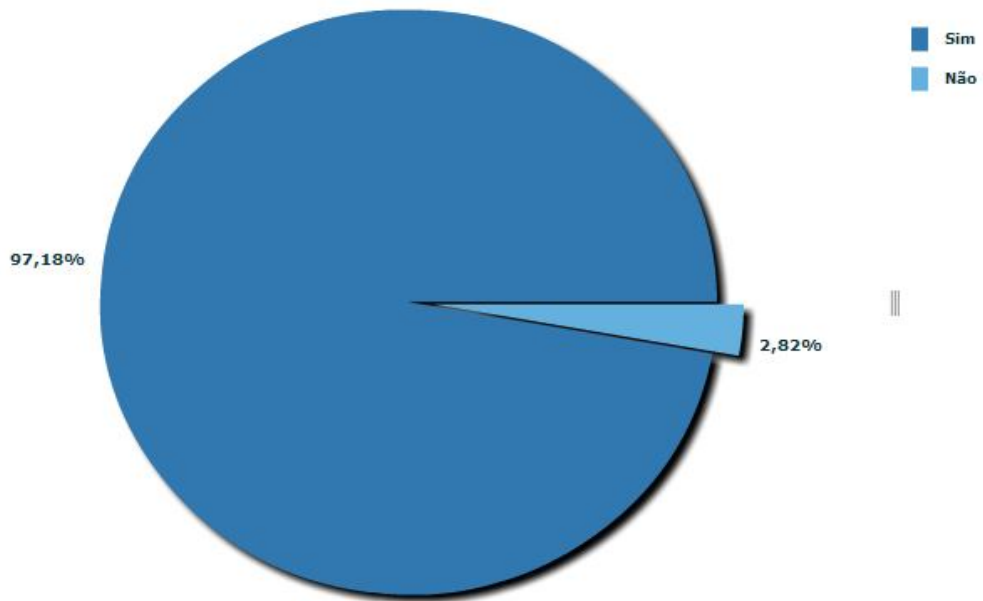
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue **Sim**.

La opción menos elegida fue **Não**.

É utilizador assíduo da Internet ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,028
Intervalo de confianza (95%)	[0,989 - 1,067]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	0,167
Error estandar	0,020

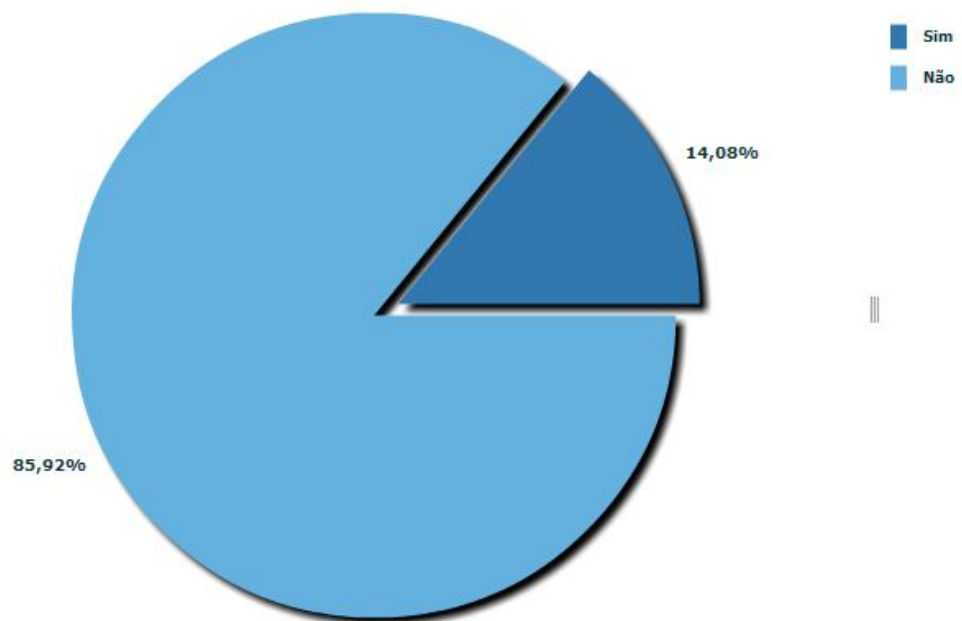
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue **Sim**.

La opción menos elegida fue **Não**.

Tem um Blog pessoal ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,859
Intervalo de confianza (95%)	[1,778 - 1,941]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	0,350
Error estandar	0,042

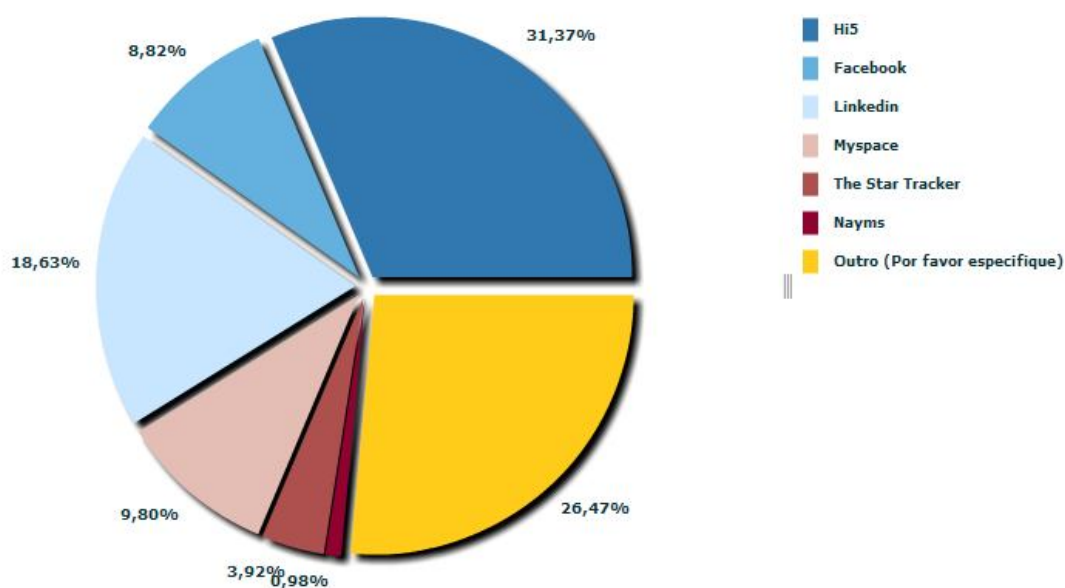
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue **Não**.

La opción menos elegida fue **Sim**.

Já pertence a alguma rede social ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	5,099
Intervalo de confianza (95%)	[4,544 - 5,653]
Tamaño de la muestra	71
Desviación típica	2,382
Error estandar	0,283

Conclusiones destacadas

El **80,28%** eligieron:
Hi5
Outro (Por favor especifique)
La opción menos elegida representa el **1,41%**:
Nayms

Opiniões e Sugestões Recolhidas no Inquérito

- “Face á grande diversidade de áreas e geográfica dos vários alunos, penso ser útil que funcione como centro de desenvolvimento das sinergias que cada um pode representar “

- “Ideia interessante, sobretudo para partilha de conhecimentos, perspectivando construção de conhecimento tendo por base a realidade dos nossos países (africanos), que carece de estudos. “

- “Acho uma excelente ideia. Poder-se-ia criar momentos de discussão sobre temas da actualidade ligadas a economia, e a sociedade “

- “É LOUVÀVEL, MERITÓRIA E OPORTUNA FACE À GLOBALIZAÇÃO DA GESTÃO”

- “A plataforma deveria ser dinamizadora de uma intensa relação entre os participantes permitindo o intercâmbio de informação mas também de todo o tipo de oportunidades nomeadamente de negócios, a constituição de parcerias, etc. “