



# Tecnologias da Informação em Educação

**Espaço online, oportunidade e desafio para indivíduos e instituições**

**Mónica Aresta**

Universidade de Aveiro  
m.aresta@ua.pt

**Luís Pedro**

Universidade de Aveiro  
lpedro@ua.pt

**Carlos Santos**

Universidade de Aveiro  
carlossantos@ua.pt

**António Moreira**

Universidade de Aveiro  
moreira@ua.pt

## **Resumo**

O reconhecimento da dimensão participativa, criativa e social da rede trouxe profundas alterações à forma como os indivíduos consideram e refletem assuntos relacionados com a educação, a identidade e o conhecimento. Quando é cada vez mais difícil permanecer fora do mundo digital, este artigo reflete sobre a importância da identidade construída na rede, tanto para indivíduos como para as Instituições de Ensino Superior. Apresentando as principais conclusões de um estudo de caso desenvolvido no âmbito do Programa Doutoral em Multimédia em Educação (Universidade de Aveiro, Portugal), o artigo aborda a temática da construção da identidade online de um grupo de alunos de mestrado (n=13) num espaço providenciado pela sua instituição de ensino (SAPO Campus) e em espaços informais (Facebook e Twitter). Este artigo poderá contribuir para o conhecimento dos processos de construção da identidade em ambientes online, bem como para uma análise da importância e do impacto da construção de uma identidade online para a reputação dos indivíduos e das Instituições de Ensino Superior.



**Palavras-chave:** Identidade online; Instituições de Ensino Superior; reputação; SAPO Campus.

## Abstract

The recognition of the creative, participatory and social dimensions of the Web brought profound changes to the way individuals approach education, identity, practice and knowledge. When it is almost impossible to stay out of the digital world, this paper addresses issues related with the importance of having an online identity, both to individuals and Higher Education Institutions. Presenting the main results of a case study developed within the Doctoral Program of Multimedia in Education (University of Aveiro, Portugal), this paper addresses the construction of online identity by a group of master degree students (n=13) in a platform provided by their education institution (SAPO Campus) and in informal platforms (Facebook and Twitter). When the characteristics of digital worlds alter the way identity is built and produced, this article may contribute to understand how identity is built in online environments as well as to understand the impact and importance of building an online identity and its consequences for the reputation of individuals and Higher Educational Institutions.

**Keywords:** Online identity; Higher Education Institutions; reputation; SAPO Campus.

## Résumé

La reconnaissance des dimensions créatives, participatives et sociales du Web a apporté des transformations profondes à la manière dont les individus approchent l'éducation, l'identité, la pratique et la connaissance. Quand il est quasi impossible de rester au-dehors du monde digitale, ce document aborde les questions liées à l'importance d'avoir une identité en ligne, pour les individus et les institutions d'enseignement supérieur. Présentant les principaux résultats d'une étude de cas développée dans le programme de doctorat (Université de Aveiro, Portugal), ce article parle de la construction de l'identité dans l'internet par un groupe d'étudiants (n = 13) dans une plateforme fourni par leur établissement d'enseignement (SAPO Campus) et deux plateformes informelles (Facebook et Twitter). Lorsque les caractéristiques de mondes digitales modifient la manière comme l'identité est construit et produit, cet article peut contribuer pour le compréhension comment l'identité est construite dans des environnements digitales ainsi que de comprendre l'impact et l'importance de la construction d'une identité digitale et de ses



conséquences pour la réputation des personnes et établissements d'enseignement supérieur.

**Mots-clés:** Identité en ligne ; Établissements d'Enseignement Supérieur; Réputation; SAPO Campus.

## Introdução

Com o desenvolvimento dos social media a internet, mais que um meio de divulgação de informação, assume-se como uma plataforma onde conteúdos são criados e negociados. Num cenário caracterizado pela participação, partilha e discussão de informação, dados e conhecimento, as ferramentas da Web social e a percepção da rede como plataforma de comunicação e colaboração representam uma viragem na forma como se utiliza a rede (Santos e Pedro, 2009). Mais do que o acesso a informação, a rede potencia agora a ligação entre indivíduos e instituições, concretizada na partilha de ideias, na aprendizagem inter e entre pares e na construção colaborativa do conhecimento (Chatti et al., 2007).

Num contexto fortemente influenciado pela presença dos media participativos e onde a rapidez e a acessibilidade da rede facilita a interação entre utilizadores e fontes de informação, o indivíduo move-se entre diferentes espaços online construindo, no seu percurso, uma identidade enquanto pessoa e aprendente. Quando a existência de uma identidade na rede se torna um fenómeno difícil de contornar, a presença online assume-se como uma realidade que ultrapassa o ambiente digital e que poderá ter repercussões nas relações, interações e reputação tanto de indivíduos quanto de instituições. Não sendo possível ignorar as mudanças trazidas pelas novas funcionalidades da rede, as Instituições de Ensino Superior (IES) enfrentam agora o desafio de serem capazes de reconhecer a dimensão digital da identidade dos seus alunos, oferecendo-lhes as condições para o desenvolvimento não apenas do seu currículo académico mas também da sua identidade e presença digital.



## Contextualização Teórica

### Software social em contextos educativos formais

A democratização do espaço online e a multiplicidade de ferramentas e aplicações possibilitou a emergência de inúmeras formas de comunicação e interação (Buckingham, 2008). Adotadas em contexto educativo, as ferramentas do software social estão a ser utilizadas enquanto suporte aos processos de aprendizagem dentro e fora das instituições (Clark et al., 2009; Fiedler, 2007; Franklin e Harmelen, 2007; Trinder et al., 2008) potenciando, nos aprendentes, o desenvolvimento de um sentido crítico relativamente à pesquisa de informação e de uma consciência pessoal da sua própria presença na rede (Aresta, 2013; Buckingham, 2008).

No campo da educação, os estudantes estão a adotar o software social enquanto suporte aos processos de colaboração e partilha, bem como ao apoio à construção e exploração da sua própria identidade (Margaryan et al. 2008), uma situação passível de trazer profundas mudanças na forma como o conhecimento é trabalhado e processado. Quando investigação recente realça a crescente apreciação do aprendente relativamente ao controlo do seu próprio processo de aprendizagem (Conole et al. (2006), a integração destas ferramentas em contexto educativo poderá conduzir a uma mudança na forma como se percebem e abordam as questões relacionadas com a aprendizagem, colocando o aprendente – e não o conteúdo – no centro de todo o processo.

### O conceito de literacia na sociedade digital

O reconhecimento da dimensão participativa da rede alterou a forma como se percebem as questões relacionadas com a aprendizagem e o desenvolvimento de competências, colocando a partilha, a interação e a troca de experiências no centro dos processos de discussão e construção do conhecimento. Ao disponibilizar um número crescente de oportunidades relacionadas com o acesso à informação, aquisição e partilha de conhecimento que possibilitam aos indivíduos o alcançar objetivos pessoais ao nível da aprendizagem (Redecker et al., 2010), a Internet emerge como uma plataforma para o desenvolvimento e reconhecimento de novas formas de estar e de aprender.

Mais do que facilitar a ligação e acesso a fontes ou repositórios digitais de informação, a evolução da Internet potencia a ligação entre indivíduos e comunidades, visível na



criação colaborativa de conhecimento, na partilha de ideias, e na aprendizagem com e pelos pares (Chatti et al., 2007). Não mais circunscritos a cenários formais, os processos de desenvolvimento da aprendizagem estendem-se às interações que o aprendente estabelece com outros indivíduos, comunidades, interfaces ou instituições, e o incentivo à mestria tecnológica e ao domínio das ferramentas cede lugar à promoção de competências digitais orientadas para o desenvolvimento de consciência crítica em relação ao conteúdo criado e utilizado (Ala-Mutka et al., 2008), i.e., ao desenvolvimento de literacias digitais. Surgindo muitas vezes como um conceito *umbrella* que engloba diferentes aspetos da integração e utilização da tecnologia na vida dos indivíduos e instituições, a literacia digital – pré-requisito para a criatividade, inovação e empreendedorismo (Ala-Mutka et al., 2008) – surge como um conceito que compreende: (1) práticas socialmente situadas suportadas por competências, estratégias e posturas que incentivam e apoiam a capacidade de um indivíduo para representar e compreender ideias, utilizando várias modalidades e ferramentas digitais (O'Brien e Scharber, 2008, apud McLoughlin, 2011); (2) a utilização criativa das tecnologias, incluindo a utilização das ferramentas para satisfazer necessidades pessoais e profissionais (Martin, 2008; SNOOCUL, 2006, apud Bawden, 2008); (3) e o conhecimento necessário à gestão dos espaços digitais públicos e privados que possibilita a construção de uma identidade capaz de traduzir o perfil e o percurso dos indivíduos, integrando assim as dimensões académicas e profissionais das suas vidas (Costa e Torres, 2011).

## **A rede, oportunidade e desafio para indivíduos e instituições**

O desenvolvimento da tecnologia e dos media social trouxe alterações à forma como os indivíduos aprendem, colaboram e se expressam (Chatti et al., 2007; Dawson, 2007; Richardson, 2006). Ao realçar a contribuição do utilizador na criação, organização e seleção de conteúdo e informação, a rede emerge como um espaço onde o conhecimento é socialmente construído e partilhado (Bryant, 2007). Neste cenário, os indivíduos utilizam a rede como um espaço onde podem construir uma presença capaz de refletir os seus interesses e competências.

Enquanto produtores de conteúdo na rede, os indivíduos têm agora a possibilidade de construir e modelar uma identidade capaz de englobar a dimensão pessoal, académica e profissional das suas vidas, uma identidade acessível a pessoas, grupos e comunidades. Mais do que um *curriculum vitae*, a identidade online dos indivíduos pode revelar à comunidade a soma das suas experiências e competências, e a sua habilidade de comunicar, interagir e partilhar conteúdos na rede.



Quer em redes sociais (e.g. Facebook, Twitter, Google+), blogues (e.g. wordpress, blogger) e fóruns online, ou em ambientes ou plataformas suportados institucionalmente (i.e. espaços online providenciados e suportados pelas instituições educativas ou profissionais), os indivíduos estão a construir uma identidade que se estende a muitos espaços. Aprendendo com e pela utilização dos media, o indivíduo pode ao mesmo tempo trabalhar competências associadas à análise crítica da informação e ao desenvolvimento um sentido pessoal da sua identidade enquanto pessoa e aprendiz (Buckingham, 2008): “As learners use different tools, they build up digital identities in various situations and applications, by constructing knowledge in online interactions, by collaborating and exchanging ideas, by creating learning communities.” (Wild et al, 2008:5831).

Quando a rede aproxima utilizadores e comunidades, a construção de uma identidade que reflita ou espelhe as competências pessoais, sociais e profissionais dos indivíduos poderá surgir como uma mais-valia e/ou um fator de diferenciação no campo profissional. Neste cenário, as questões relacionadas com a literacia digital e o desenvolvimento da identidade online colocam questões e desafios às instituições de Ensino Superior, nomeadamente no que se refere ao papel que desempenham na preparação dos seus alunos para a vida profissional:

*“In educational settings, developing digital literacy skills means giving students the opportunity to use digital tools to learn in an active, creative way in order to further their cognitive and social skills, while ensuring that they have the ability to operate various digital technologies” (McLoughlin, 2011:474).*

Não sendo possível ignorar as mudanças que a Internet e o software social trouxeram para o contexto social e educativo, as instituições enfrentam agora o desafio de reconhecer a dimensão digital da identidade. Quando se torna cada vez mais difícil de permanecer fora do mundo digital e, conseqüentemente, da produção de uma presença na rede (Costa e Torres, 2011; Warburton, 2009), a identidade online dos indivíduos poderá revelar a colegas, pares e comunidade o seu percurso enquanto pessoa, bem como a soma das suas experiências pessoais, académicas e profissionais.

## **Metodologia**

As mudanças trazidas pelo desenvolvimento da Web 2.0 proporcionam às IES a oportunidade de oferecerem aos seus alunos ambientes e comunidades onde possam construir e explorar a sua identidade enquanto indivíduos e aprendentes.



No âmbito do Programa Doutoral em Multimédia em Educação (Universidade de Aveiro), e tendo como objetivo principal o estudo, análise e compreensão da forma como os indivíduos manifestam, gerem e percebem a identidade que constroem em ambientes digitais, desenvolveu-se um estudo de caso centrado na análise da presença online de um grupo de alunos de mestrado numa plataforma providenciada pela instituição de ensino (SAPO Campus) e em duas redes informais (Facebook e Twitter).

Os dados foram recolhidos através de questionários, observação direta e entrevistas em profundidade realizadas a 13 alunos do Mestrado em Comunicação Multimédia, (amostra por conveniência, 7 homens e 5 mulheres, idades compreendidas entre os 21 e os 40 anos).

No que se refere aos questionários, tiveram como propósito a recolha de informação relativa à utilização de ferramentas de software social (disponibilizadas pelas redes informais e pelo SAPO Campus). A observação direta incluiu a recolha e análise do conteúdo publicado por cada um dos 13 participantes no SAPO Campus, Facebook e Twitter durante um período de nove meses (setembro 2010 a julho 2011), tendo as mensagens sido codificadas de acordo com a tipologia de conteúdo (pessoal, social, académico, profissional e organizacional) e de formato (mensagens de texto, ligações, ficheiros áudio/vídeo e fotos). As categorias e os respetivos indicadores adotados na codificação das mensagens tiveram como ponto de partida os trabalhos de Fraser (2008) e Zhao et al. (2008), trabalhos centrados na informação apresentada pelos indivíduos nos seus perfis de redes sociais. No total, foram analisadas 3690 publicações, distribuídas da seguinte forma: 347 publicações no SAPO Campus, 1249 no Facebook e 2069 no Twitter.

A realização de entrevistas (semiestruturadas, em profundidade) aos participantes no estudo possibilitou a caracterização, pelos próprios, da identidade construída na rede, bem como a identificação das motivações subjacentes à construção dessa identidade, a identificação dos mecanismos de gestão adotados na gestão da presença online e a avaliação do potencial e/ou real impacto da identidade construída na rede. Realizadas presencialmente ou via Skype, as entrevistas incidiram sobre a percepção dos participantes relativamente à forma como utilizam a rede enquanto espaço de manifestação de competências e de construção da presença, e ainda nas vantagens e desvantagens da construção de uma identidade associada à instituição de ensino que frequentam.



## Resultados

Num cenário caracterizado pela conectividade e pela facilidade de acesso a pessoas e conteúdos, a rede oferece aos indivíduos um espaço (não mais limitado ou definido apenas pelas instituições de ensino) onde podem interagir, aprender, trocar experiências e, nesse processo, construir uma identidade e uma reputação acessíveis a toda a comunidade. Mais do que um Curriculum Vitae, a identidade online poderá assumir-se como uma forma de demonstrar e comprovar as competências adquiridas e desenvolvidas em contextos de educação formais e informais, consistindo num factor de diferenciação e uma mais-valia no campo pessoal, académico e profissional.

### A construção da presença em ambientes digitais

Desenvolvido na Universidade de Aveiro, o SAPO Campus é uma plataforma integrada de serviços Web 2.0 baseada na criação de conteúdos pelo utilizador e que faculta, aos seus utilizadores, uma infraestrutura tecnológica de suporte ao desenvolvimento de competências ao nível da colaboração, partilha e comunicação. Disponível desde setembro de 2009, o SAPO Campus à comunidade académica um espaço suportado institucionalmente onde utilizadores registados podem reunir, publicar e gerir conteúdo e, dessa forma, construir um percurso passível de englobar a sua identidade enquanto indivíduo, estudante e profissional.

Incentivados pelos docentes a utilizar a plataforma enquanto espaço para a divulgação e partilha dos seus trabalhos de mestrado (informação referida pelos participantes durante as entrevistas), os alunos construíram, no SAPO Campus, uma presença assente sobretudo na partilha de conteúdos de teor académico. Assim, 66% dos conteúdos publicados pelos participantes nesta plataforma foram codificados como estando relacionados com as atividades de investigação e os trabalhos do curso, e manifestados sobretudo através de mensagens de texto.



**Quadro 1** – Conteúdo publicado pelos participantes na plataforma institucional

Plataforma	Conteúdo	Formato				Total
		Texto	Ligação	Áudio/ Vídeo	Foto	
SAPO Campus	Pessoal	0	0	0	0	0
	Social	6	1	3	108	118
	<b>Académico</b>	<b>105</b>	<b>54</b>	<b>21</b>	<b>49</b>	<b>229</b>
	Profissional	0	0	0	0	0
	Organizacional	0	0	0	0	0
	<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>55</b>	<b>24</b>	<b>157</b>

Entre as principais razões apontadas para justificar a predominância de conteúdo académico encontram-se a associação entre a plataforma e a Universidade que frequentam e a consequente associação da sua presença e reputação, enquanto alunos, à presença e reputação da própria Universidade (informação recolhida durante as entrevistas). De acordo com os participantes, esta associação terá exercido influência ao nível da seleção, teor e publicação dos conteúdos, nomeadamente na adoção de um discurso mais profissional, estruturado e direcionado para o universo académico e de investigação.

No Facebook, a presença construída é marcadamente de carácter social (82% dos conteúdos publicados inserem-se nesta categoria), com predominância da partilha conteúdos de áudio/vídeo (56%).

**Quadro 2** – Conteúdo publicado pelos participantes no Facebook

Plataforma	Conteúdo	Formato				Total
		Texto	Ligação	Áudio/ Vídeo	Foto	
Facebook	Pessoal	54	5	3	31	93
	<b>Social</b>	<b>74</b>	<b>185</b>	<b>674</b>	<b>86</b>	<b>1019</b>
	Académico	4	41	7	0	52
	Profissional	4	43	7	11	65
	Organizacional	0	15	3	2	20
	<b>Total</b>		<b>136</b>	<b>289</b>	<b>694</b>	<b>130</b>

No que se refere à presença construída no Twitter, os dados recolhidos revelam que esta é maioritariamente de carácter social (81% dos conteúdos publicados



neste espaço foram associados a esta categoria) mas com uma presença significativa de conteúdo de teor académico (10%). No que diz respeito ao formato das publicações, verificou-se uma predominância de partilha de ligações (46%), seguida de mensagens de texto (35%) e ficheiros áudio/vídeo (14%).

**Quadro 3** – Conteúdo publicado pelos participantes no Twitter

Plataforma	Conteúdo	Formato				Total
		Texto	Ligação	Áudio/ Vídeo	Foto	
Twitter	Pessoal	40	10	0	12	62
	<b>Social</b>	<b>598</b>	<b>748</b>	<b>272</b>	<b>88</b>	<b>1076</b>
	Académico	68	120	5	9	202
	Profissional	26	27	3	2	58
	Organizacional	6	59	3	0	68
	<b>Total</b>	<b>738</b>	<b>964</b>	<b>283</b>	<b>111</b>	<b>2096</b>

## SAPO Campus, presença institucional e modelação de comportamentos

No decorrer do estudo da identidade construída no SAPO Campus, procurou-se também analisar a influência da dimensão institucional da plataforma na modelação do comportamento dos utilizadores, nomeadamente ao nível do conteúdo publicado. Nas entrevistas, os participantes no estudo caracterizaram a sua presença como sendo assente na partilha de conteúdos académicos (afirmação feita por todos os participantes), situação diretamente relacionada com a indicação para a utilização da plataforma (resposta avançada por cinco dos 13 participantes no estudo). No que se refere à influência do espaço online no tipo e estrutura dos conteúdos publicados, o carácter institucional da plataforma e a responsabilidade relativamente aos conteúdos publicados surgem como principais razões para a adoção de um discurso mais cuidado e estruturado. Na perspetiva de três participantes, os conteúdos publicados no SAPO Campus ficariam associados à imagem da própria Universidade e, nesse sentido, justificar-se-ia o cuidado na não partilha de conteúdos passíveis de afetar a reputação e a credibilidade da instituição de ensino.

Questionados quanto à importância de construírem uma presença online associada à instituição de ensino que frequentam e quanto ao impacto dessa mesma presença na imagem e identidade da universidade, nove dos 13 participantes apontam a



transferência ou repercussão da credibilidade e reputação da Universidade de Aveiro na identidade dos alunos como uma das maiores vantagens de se construir uma presença no SAPO Campus. No que diz respeito a desvantagens ou problemas na construção de uma identidade na plataforma ligada à instituição, um participante aponta o facto de os conteúdos publicados poderem ser considerados como produto e propriedade da Universidade, factor que poderá condicionar o nível de envolvimento e participação dos alunos.

## **A gestão da identidade em ambientes digitais**

Na construção da sua presença na rede os indivíduos podem recorrer a processos ou estratégias no sentido de obter um relativo grau de controlo sobre a informação que disponibilizam na rede. Nas entrevistas, quando questionados relativamente às medidas específicas ou gerais que adotavam para gerir a sua presença e privacidade na rede, os participantes apontaram como principais medidas de gestão da sua identidade: (1) o cuidado prévio na seleção, edição e publicação de conteúdos; (2) a não publicação de conteúdos de carácter pessoal; (3) o cuidado na adequação do conteúdo às características do espaço onde será publicado; (4) e a revisão e edição (a posteriori) de conteúdos publicados.

Ao nível da gestão da privacidade (i.e. medidas adotadas pelos participantes no intuito de obter um maior controlo sobre a sua própria identidade na rede), os participantes no estudo apontam como mais relevantes: (1) a gestão da rede de contactos (seleção de contactos a adicionar aos diferentes espaços onde constroem a sua presença); (2) a utilização de diferentes contas de e-mail e/ou nomes de utilizador, de forma a evitar a agregação automática da informação; (3) e a eliminação de contas criadas mas já não utilizadas.

## **O Modelo para Análise da Identidade Online**

No decorrer das entrevistas foi solicitado aos participantes que refletissem e falassem sobre a forma como se expressavam online, como geriam a sua privacidade e ainda sobre o impacto pessoal, social e profissional da identidade que construíam na rede. Depois de transcrita, a informação recolhida pelas entrevistas foi analisada e codificada evidenciando a existência de três grandes categorias: a representação digital (informação e conteúdo publicado pelo indivíduo de forma a representar-se nos ambientes digitais); a gestão da privacidade (mecanismos e estratégias adotadas pelo indivíduo de forma a ter um maior controlo e gestão da sua imagem



# Tecnologias da Informação em Educação

Indagatio Didactica, vol. 6(1), fevereiro 2014

ISSN: 1647-3582

na rede); e a reputação (o atual ou potencial impacto da identidade construída pelo indivíduo nos espaços digitais).

Cruzada a informação recolhida pelas entrevistas com aquela obtida através da observação direta, desenhou-se o Modelo para a Análise da Identidade Online (Aresta, 2013), passível de ser adotado por indivíduos e instituições para a análise da identidade construída na rede e apresentado no quadro 4.

**Quadro 4** – Modelo para a Análise da Identidade Online (Aresta, 2013)

<b>Categoria Temática: Representação Digital [RD]</b>		
<b>Subcategoria</b>	<b>Objeto de análise</b>	<b>Indicadores</b>
Elementos de Identificação [RD/EI]	Nome de utilizador	Escolha do nome real, pseudónimo, <i>nickname</i> como nome digital
	Imagem de perfil	Seleção de retrato, avatar, foto de grupo, paisagem, como imagem de representação
Informação Adicional [RD/IA]	Informação biográfica	Partilha de informação referente a nome, data de nascimento, local de nascimento, nacionalidade, formação académica, profissão
	Informação de contacto	Partilha de informação referente a endereço postal, endereço de e-mail, número de telefone
	Mote, Interesses e preferências	Partilha de informação referente a interesses, preferências, mote pessoal
	Relação com a comunidade	Partilha de informação que evidencie a ligação com a comunidade (e.g. turma de liceu, clube desportivo, associações a que pertence)
Conteúdo [RD/C]	Ligação para outros espaços	Partilha de informação que estabeleça a ligação com outros espaços onde o indivíduo constrói a sua presença, incluindo páginas Web, páginas pessoais, páginas de perfil ou outros endereços na rede
	Tópicos	Seleção de tópicos de acordo com as características do espaço online onde o conteúdo é publicado (espaço pessoa, profissional) Seleção de tópicos de acordo com as preferências do indivíduo, independentemente do espaço online onde o conteúdo é publicado
	Estrutura do discurso	Adequação do discurso (i.e. estrutura gramatical, vocabulário) ao espaço online onde o conteúdo é publicado Partilha de conteúdo independentemente do espaço online onde é publicado



# Tecnologias da Informação em Educação

Indagatio Didactica, vol. 6(1), fevereiro 2014

ISSN: 1647-3582

Tipologia de conteúdo	Seleção e partilha de conteúdo (pessoal, social, académico, profissional, organizacional) de acordo com ou ajustado ao espaço online onde é publicado, evidente na predominância de um dos tipos
Formato do conteúdo	Seleção e partilha de conteúdo (mensagem de texto, ligação, vídeo/áudio, foto) de acordo com ou ajustado ao espaço online onde é publicado, evidente na predominância de um dos tipos
	Formato do conteúdo independente do espaço online onde é publicado

## **Categoria Temática: Gestão da Privacidade [GP]**

<b>Subcategoria</b>	<b>Objeto de análise</b>	<b>Indicadores</b>
Processo de Registo	E-mail de registo ou nome de utilizador	Utilização de diferentes contas de e-mail ou nomes de utilizador aquando do registo em diferentes espaços online Utilização do mesmo endereço de e-mail e/ou do mesmo nome de utilizador aquando do registo em diferentes espaços online
Gestão de Contactos [P/GC]	Rede de contactos (friends, followers)	Associação ou segregação de contactos de acordo com o espaço online onde a identidade é construída; Criação e gestão de grupos
Gestão de Contextos [P/GCtX]	Conteúdo republicado entre espaços	Ativação da sincronização automática de conteúdo entre plataformas, estabelecendo ligação entre espaços diferentes Republicação de conteúdo em plataformas diferentes daquelas onde foi inicialmente publicado (e.g. partilha de posts de um blog nas redes sociais)

## **Categoria Temática: Reputação [R]**

<b>Subcategoria</b>	<b>Objeto de análise</b>	<b>Indicadores</b>
Demonstração de competências ou capacidades [R/DCC]	Conteúdo publicado	Seleção e partilha de conteúdo com a finalidade de demonstrar ou revelar a existência de competências gerais ou específicas (e.g. partilha de vídeos, posts, desenhos, relatórios, documentos ou trabalhos produzidos em contextos formais, informais ou não-formais)



Visibilidade e Exposição [R/VE]	Conteúdo reproduzido (entre plataformas)	Partilha de conteúdo em plataformas ou espaços diferentes daqueles onde foi inicialmente publicado, aumentando a visibilidade e exposição dos conteúdos produzidos
	Interação com pares e/ou especialistas	Contacto e interação com colegas e/ou especialistas, divulgando trabalhos, revelando interesse ou partilhando opinião em determinados ou vários campos de conhecimento
Ligação à Identidade Institucional [R/LII]	Referência, menção ou ligação à identidade online da instituição	Reprodução de conteúdo publicado pela instituição; Partilha de informação referente ao cargo, emprego ou papel na instituição, revelando a ligação entre a identidade online do indivíduo e a identidade online da instituição

No modelo, a informação partilhada pelo indivíduo (categoria temática "**Representação Digital**") encontra-se organizada em três subcategorias: elementos de identificação, informação adicional e conteúdo. Os elementos de identificação incluem o nome e foto/imagem escolhidos pelo utilizador para se representar digitalmente. A informação adicional inclui toda a informação partilhada pelos indivíduos (normalmente na secção "sobre mim" ou "perfil" dos espaços online) no sentido de contextualizar a sua presença na plataforma onde constroem a sua identidade, e que pode ser organizada em informação biográfica, informação de contacto, interesses ou preferências, relação com a comunidade e ligação para outros espaços. Quanto ao conteúdo, engloba todas as mensagens publicadas pelos indivíduos nos seus espaços e podem ser analisadas de acordo com os tópicos ou temas abordados, a estrutura mais formal ou informal do discurso, a tipologia de conteúdo e o formato do conteúdo.

No que se refere à **gestão da privacidade**, esta é centrada nas decisões do indivíduo aquando do registo nas diferentes plataformas, e na forma como gere os contactos que adiciona aos diferentes espaços online. Nesse sentido, a análise incide sobre o processo de registo nas plataformas (utilização de um mesmo endereço de e-mail ou nome de utilizador, ou de endereços e nomes de utilizador diferentes), na gestão que o utilizador faz da sua rede de contactos (a associação de contactos independentemente da plataforma ou a segregação de contactos de acordo com a plataforma), e na forma como gere os contextos (social, pessoal,



profissional), detetável na replicação de conteúdos entre plataformas.

Por fim, a categoria temática **reputação** é considerada do ponto de vista do indivíduo, ou seja, da finalidade ou objetivos que orientam a construção da sua presença na rede, e articula-se entre a demonstração de capacidades ou competências (a forma como o indivíduo utiliza a presença na rede para revelar a pares e/ou à comunidade as suas capacidades e/ou competências); a visibilidade e exposição da presença construída na rede (aumentada pela reprodução de conteúdos entre plataformas e/ou pela interação com pares e especialistas, de forma a trabalhar a sua reputação em determinada área); e o apoio ou ligação a identidades online institucionais (quando a presença construída pelo indivíduo é associada à presença da instituição que frequenta/na qual trabalha).

A aplicação do **Modelo para a Análise da Identidade Online** à informação disponibilizada por cada um dos participantes revelou a existência de dois grandes tipos de perfil de identidade online: identidade orientada pelo contexto e identidade orientada pelo utilizador.

No que se refere à identidade orientada pelo contexto, esta engloba as presenças caracterizadas por um cuidado na seleção e produção de conteúdos, na adequação do discurso, tópicos abordados e tipologia de conteúdo ao contexto e/ou características da plataforma. Este perfil incluiu dois subgrupos: (1) identidade orientada pelo contexto assente na publicação de conteúdos que tornam visível a presença na rede mas que não revelam ou destacam demasiado a identidade dos utilizadores; (2) e identidade orientada pelo contexto assente na partilha de conteúdos que evidenciem ou manifestem competências e capacidades, uma identidade orientada para a construção de uma reputação enquanto alunos e/ou profissionais.

Quanto à identidade orientada pelo utilizador, poderá ser caracterizada como uma identidade que reflete os interesses do indivíduo e não as características do espaço onde manifesta a sua presença. Os utilizadores incluídos neste perfil distinguem-se dos anteriores por partilharem conteúdo de acordo com as suas preferências, não adotando medidas específicas para a gestão da sua privacidade e estabelecendo – inclusive pela replicação automática de conteúdos – a ligação entre a presença construída em ambientes formais e informais. Ainda que assumam adotar uma abordagem mais flexível e não condicionada à presença na rede, os indivíduos associados a este perfil revelaram consciência relativamente à visibilidade e exposição da identidade online, utilizando a sua presença como forma de



divulgação e projeção de competências e trabalhos desenvolvidos.

## **Limitações do estudo**

Ainda que se tenha procurado, através do recurso a diferentes técnicas de recolha de dados, apresentar uma análise o mais exaustiva e profunda dos processos associados à construção da identidade em ambientes digitais, o estudo que está na base deste artigo apresenta algumas limitações, nomeadamente ao nível da amostra (amostra por conveniência).

Composta por alunos do segundo ano do MCMM - curso administrado pelo Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e caracterizado por uma forte componente multimédia – é composta por indivíduos que possuem um conhecimento e uma experimentação muito próprias das ferramentas e tecnologias, o que – direta ou indiretamente – poderá ter influenciado a sua percepção relativamente às questões relacionadas com a construção e importância da identidade online.

No que se refere à proposta de Modelo para a Análise da Identidade Online, a adoção de uma amostra por conveniência e limitada a 13 participantes implica que os perfis de identidade online apresentados devam ser considerados como uma abordagem preliminar à identidade na rede e não como uma análise fechada ou definitiva.

## **Conclusões**

Quando a responsabilidade, a capacidade de comunicação, a inovação e criatividade, o domínio das línguas e das ferramentas de informática, a criação e gestão de presenças nas redes sociais, a proatividade e a capacidade de comunicação surgem como competências chave para o contexto profissional e para o mercado de trabalho (Fernandez-Sanz, 2010), a construção de uma identidade online – através da participação e da interação – poderá assumir-se como fator de diferenciação e demonstração de competências. Neste sentido, a reflexão sobre os processos de construção da identidade online, numa plataforma suportada institucionalmente e em ambientes informais, poderá surgir um ponto de partida para a exploração do fenómeno da identidade online e da sua importância para indivíduos e instituições.



Ao longo do estudo que serve de base a este trabalho, verificou-se que na plataforma suportada institucionalmente os participantes construíram uma identidade mais formal e cuidada, assente na partilha de conteúdos de teor académico, sobretudo mensagens de texto. De acordo com os participantes, o carácter institucional da plataforma terá influenciado o tipo de publicações, conduzido à adoção de um discurso mais profissional, estruturado, direcionado para o universo académico e de investigação. Neste espaço, a maioria das publicações estava diretamente relacionada com os trabalhos de investigação dos participantes, que recorrem à sua partilha nas redes informais para aumentar a visibilidade e exposição dos conteúdos publicados. De acordo com os participantes, o facto de os conteúdos publicados na plataforma institucional ficarem associados à imagem da própria Universidade, justificaria o cuidado relativamente aos conteúdos publicados, de forma a não afetarem a imagem da própria instituição. A análise da informação recolhida pela observação e análise de conteúdo revelou assim que os alunos estão conscientes da sua própria identidade online, bem como da relevância de construírem, enquanto alunos e profissionais, uma identidade e reputação sólidas e autênticas. Os participantes no estudo revelaram ainda valorizar o sentimento de segurança providenciado pelas tecnologias institucionais, bem como a possibilidade de construir uma identidade numa plataforma associada à sua instituição de ensino.

Quando as características dos mundos digitais alteram a forma de produção da identidade, estes estudos poderão contribuir para o conhecimento dos processos de construção da identidade, bem como da importância e impacto da construção de uma identidade online para a reputação dos indivíduos e das IES. No contexto do ensino superior, a consciência relativamente à importância da dimensão digital da identidade e à relevância de uma reputação socialmente construída poderá ter como consequência a alteração da forma como alunos e instituições olham para os papéis que desempenham no sistema e contexto educativos. Relativamente aos alunos, ao considerarem a instituição que frequentam como um espaço onde podem desenvolver a sua autonomia e trabalhar uma identidade forte, bem articulada, única e dinâmica (Aresta et al., 2012), poderão trabalhar, desde muito cedo, uma base para a construção de uma reputação que os acompanhará ao longo da sua vida académica e profissional. Do ponto de vista institucional, e ao considerarem os seus alunos como promotores ativos da sua própria qualidade, as Universidades deveriam oferecer-lhes não somente as condições para o desenvolvimento de um bom currículo académico como também para o desenvolvimento da sua identidade e presença digital. Deste modo, estariam



a apresentar os seus alunos não como produtos padrão mas como entidades singulares e com as competências adequadas às necessidades do mercado de trabalho, assumindo-se a Universidade como um dos melhores lugares para a aprendizagem e o desenvolvimento pessoal.

Num universo global e conectado, o estudo e a compreensão da forma como a identidade é construída e manifestada em ambientes online poderá, assim, servir de base à construção de uma reputação mais responsável, verdadeira e credível, favorecendo o desenvolvimentos de alunos mais conscientes e melhor preparados.

## **Agradecimentos**

Os autores gostariam de agradecer ao Labs.sapo/UA e à equipa do SAPO Campus pelo apoio a esta investigação. Trabalho realizado com o apoio financeiro da FCT e do FSE no âmbito do II Quadro Comunitário de apoio (ref. SFRH/BD/70474/2010).



## Referências bibliográficas

- Ala-Mutka, K., Punie, Y., & Redecker, C. (2008). Digital competence for lifelong learning. Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), European Commission, Joint Research Centre.
- Aresta, M. (2013). A construção da identidade em ambientes digitais. Tese de Doutoramento em Multimédia em Educação. Universidade de Aveiro. Disponível em <http://ria.ua.pt/handle/10773/10441>.
- Aresta, M., Santos, C., Pedro, L. e Moreira, A. (2012). Building up Digital Identity in Higher Education. in S. Warburton and S. Hatzipanagos (Eds.), *Digital Identity and Social Media* (pp. 176-191). Londres. IG Global. Reino Unido.
- Bawden, D. (2008). Origins and Concepts of Digital Literacy. In C. Lankshear & M. Knobel (Ed.), *Digital Literacies, Concepts, Policies and Practices* (pp. 17-32). Peter Lang Publishing, Inc. NY.
- Bryant, L. (2007). Emerging trends in social software for education. *Emerging Technologies for Learning*, 2, 9-17. Disponível em [http://partners.becta.org.uk/page\\_documents/research/emerging\\_technologies07\\_chapter1.pdf](http://partners.becta.org.uk/page_documents/research/emerging_technologies07_chapter1.pdf) (acedido a 22 de dezembro de 2013).
- Buckingham, D. (2008). Introducing Identity. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 1- 24). Cambridge, MA.
- Chatti, M., Jarke, M., e Frosch-Wilke, D. (2007). The future of e-learning: A shift to knowledge networking and social software. *International Journal of Knowledge and Learning* 2007, 3(4/5), 404-420. doi: 10.1504/IJKL.2007.016702.
- Clark, W., Logan, K., Luckin, R., Mee, A., e Oliver, M. (2009). Beyond web 2.0: Mapping the technology landscapes of young learners. *Journal of Computer Assisted Learning*, 25(1), 56-69.
- Conole, G., de Laat, M., Dillon, T., e Darby, J. (2006). Jisc lxp student experiences of technologies final report. Joint Information Systems Committee. Disponível em <http://labspace.open.ac.uk/file.php/1/kmap/1176712833/references/LXP%20project%20final%20report%20dec> (acedido em 19 de dezembro de 2013).
- Costa, C., e Torres, R. (2011). To be or not to be, the importance of digital identity in the networked society. *Educação, Formação e Tecnologia* (número extra), 47-53.
- Dawson (2007, maio 30). Web 2.0 Framework. Disponível em [http://www.rossdawsonblog.com/weblog/archives/2007/05/launching\\_the\\_w.html](http://www.rossdawsonblog.com/weblog/archives/2007/05/launching_the_w.html).



(acedido em 18 de Abril de 2008).

- Fernandez-Sanz, L., Gutierrez de Mesa, J.A., Hilera, J.R., LaCuesta, R., Palacios, G. e Cuadrado, J.J. (2010). New challenge for teachers: dealing with soft skills in multinational environments. In *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2010*, 2680-2684. Chesapeake, VA.
- Fiedler, S. (2007). Getting beyond centralized technologies in higher education, Part 2. In C. Montgomerie & J. Seale (Eds.), *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2007* (pp. 1347-1353). Chesapeake, VA.
- Franklin, T. e Harmelen, M. (2007). Web 2.0 for content Learning and Teaching in higher education. Disponível em <http://190.208.26.22/files/web2-content-learning-and-teaching.pdf>. Acedido a 20 de novembro de 2013.
- Fraser, J. (2009, 20 de junho). Personal - Professional - Organisational: three basic online identities. *SocialTech | This is the Beta Generation*. Disponível em <http://fraser.typepad.com/socialtech/2009/07/personal-professional-organisational-three-basic-online-identities.html> (acedido em novembro de 2010).
- Margaryan, A., Nicol, D., Littlejohn, A., Trinder, K., Luca, J., & Weippl, E. (2008). Students' use of technologies to support formal and informal learning. Paper presented at the World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2008.
- Martin, A. (2008). Digital Literacy and the Digital Society. in Lankshear, C. and Knobel, M. (eds.) *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*, Oxford: Peter Lang (pp. 151-176).
- McLoughlin, C. (2011). What ICT-related skills and capabilities should be considered central to the definition of digital literacy?. In T. Bastiaens & M. Ebner (Eds.), *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2011* (pp. 471- 475). Chesapeake, VA.
- Redecker, C., Ala-Mutka, K., Punie, Y., e European Commission, J. (2010). Learning 2.0 - the impact of social media on learning in Europe. Policy Brief. European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Richardson, W. (2006). Blogs, Wikis and Podcasts and other powerful web tools for classroom. Corwin Press. California.
- Santos, C. e Pedro, L. (2009). SAPO Campus: a social media platform for Higher Education. In A. Mendez Vilas et al. (Eds.), *Research, Reflections and*



*Innovations in V International Conference on Multimedia and Integrating ICT in Education*, vol. 2. Badajoz, Espanha. Disponível em <http://www.docstoc.com/docs/24419056/SAPO-Campus-a-social-media-platform-for-Higher-Education> (accedido a 29 de dezembro de 2013).

Trinder, K., Guiller, J., Margaryan, A., Littlejohn, A., e Nicol, D. (2008). Learning from digital natives: Bridging formal and informal learning. *The Higher Education Academy. Research Project Report, Final Report*.

Warburton, S. (2009). Out of control? Managing our digital reputations. Disponível em [http://www.slideshare.net/stevenw/out-of-control-managing-our-digital-reputations?from=share\\_email\\_logout2](http://www.slideshare.net/stevenw/out-of-control-managing-our-digital-reputations?from=share_email_logout2). Acedido a 20 de Novembro de 2013.

Wild, F., Sporer, T., Chrzaszcz, A., Metscher, J. e Sigurðarson, S. (2008). Distributed e- Portfolios to Recognise Informal Learning. In J. Luca & E. Weippl (Eds.), *Proceedings da World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2008* (pp. 5830- 5838). Chesapeake, VA.

Zhao, S. Grasmuck, S. and Martin, J. (2008). Identity construction on facebook: Digital empowerment in anchored relationships. in *Computers in Human Behavior*, 24 (5), 1816-1836.