

<b>Nota editorial.....</b>	<b>1</b>
<b>EM Focus</b>	
<b>Redes Sociais: 12 estratégias para quem procura emprego.....</b>	<b>2</b>
<b>Artigo</b>	
<b>AS REDES SOCIAIS COMO LIGAÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO .....</b>	<b>3</b>
<b>Entrevista</b>	
<b>ISABEL MEIRELES – DIRECTORA DE RH DA EGOR .....</b>	<b>5</b>
<b>Destaques/ Eventos.....</b>	<b>10</b>
<b>Breves – Notícias .....</b>	<b>11</b>
<b>Links Úteis .....</b>	<b>13</b>
<b>Livros na Estante .....</b>	<b>14</b>
<b>Informação Estatística</b>	
<b>A UTILIZAÇÃO DA INTERNET EM PORTUGAL (2010).....</b>	<b>15</b>
<b>Ficha Técnica.....</b>	<b>17</b>

## 1. Nota Editorial



Na sequência do trabalho realizado no âmbito do *Spin-off* académico “Laboratório MeIntegra”, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, a presente *Newsletter* centra-se na importância das redes sociais na procura activa de emprego. Hoje, a dinâmica da procura de emprego tende a passar pela utilização crescente de novas ferramentas on-line, designadamente, as redes sociais (e.g. *facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *youtube*). A sua relevância na *mediação* entre eventuais empregadores/ empresas e candidatos a um emprego, é cada vez mais visível nos instrumentos de divulgação de ofertas de emprego. Estes passam a incluir plataformas de interface como *net emprego*, *currículos digitais*, *blogues...*, permitindo potenciar as virtualidades de personalização e individualização de ofertas de emprego, por parte das empresas, ou de apresentação de perfis profissionais apelativos, por parte dos candidatos.

Mais do que a celeridade, a instantaneidade e a actualização de informações cruzadas de empregos e candidatos, está aqui em causa a emergência e difusão de novas formas de comunicação, de vinculação e de pertença por parte dos actores sociais implicados. Esta co-presença de empregadores/ empresas e de candidatos à procura de emprego exprime uma mudança de práticas e procedimentos convencionais de transição para a vida activa, de recrutamento e selecção de pessoas para um (novo) emprego, podendo inaugurar várias interrogações sobre os processos virtuais de interacção social e de relações de (in)dependência face às estruturas e lógicas dominantes do mercado de trabalho. Além disso, outras interrogações emergem das vivências de temporalidades e ritmos sociais heterogéneos, bem como das lógicas de gestão das fronteiras dos espaços público-privados (in)existentes e tendencialmente fluidas. Urge reflectir sobre as redes sociais, suas potencialidades, mas também suas tensões e limites nos espaços sociais de interacção. No limite, perante esta “sociedade em rede”, vaticinada por M. Castells (1996), e em que as suas virtualidades parecem ser enaltecidas na governação e bem-estar da sociedade actual, resta questionar até que ponto

se poderá resistir à sua hegemonia e presença em todos os campos de acção humana, incluindo o do pensamento e da autonomia.

Ana Paula Marques  
Presidente e Mentora do Laboratório MeIntegra

### **Em Focus - Redes Sociais: 12 estratégias para quem procura**

É inequívoco que vivemos numa “sociedade em rede”, em que a *internet* tem assumido um papel primordial, pois fornece hoje, um amplo leque de possibilidades às pessoas, nomeadamente como ferramenta que pode facilitar o acesso ao mercado de trabalho. Neste contexto, importa ter em conta algumas estratégias adoptadas para quem utiliza a *internet* e as redes sociais na procura activa de emprego.

Assim, esteja atento:

- 1º Não crie falsas expectativas aos empregadores, seja realista e mantenha uma postura nas redes sociais igual à que apresenta no seu dia-a-dia.
- 2º Olhe para todos os contactos profissionais como uma oportunidade de aprender, de partilhar, de interagir e quem sabe de arranjar um emprego.
- 3º Nunca se mostre desesperado(a) na procura de emprego. Deve manter a calma, pois o “desespero” pode condicionar o sucesso e a eficácia na procura de emprego.
- 4º Se está desempregado(a), tenha uma atitude pró-activa e mostre o que vale. Participe em discussões dentro das suas áreas de interesse e partilhe as suas opiniões.
- 5º Não seja conflituoso(a). Seja educado(a) e saiba ouvir opiniões contrárias. Evite tocar em assuntos delicados e polémicos (sexo, futebol, religião, etc.).
- 6º Apareça em estado “*off line*” nos eventos promovidos pelos seus grupos de interesse. Lembre-se que aqui poderá fazer bons contactos.
- 7º Saiba ouvir. Nas redes sociais há gente muito competente, com muita experiência, cujos comentários lhe poderão dar dicas essenciais para evoluir no campo profissional.
- 8º Procure uma oportunidade para ter o seu próprio negócio. Puxe pelo seu espírito empreendedor. Esteja atento(a) a tudo o que o(a) rodeia, às pessoas, aos comentários, aos *sites*, etc. Quem sabe se num destes dias não sente a vontade para avançar com um projecto próprio.

**9º** Se não tem nada de valor para acrescentar a uma discussão, então é melhor não arriscar. O silêncio é mais relevante do que um comentário despropositado e fora do contexto.

**10º** Acredite e trabalhe a sua “marca pessoal”, seja optimista e mantenha essa postura nas redes.

**11º** Não partilhe conteúdo que o(a) possa vir a prejudicar numa fase de recrutamento, lembre-se que tudo fica “armazenado” na *web*. Partilhe conteúdo e informação que o(a) credibilizem.

**12º** Se procura emprego numa área específica, concentre-se nessa área. O importante é que quando se pesquisa sobre si, apareça a sua experiência e conhecimento na área de trabalho do seu interesse.

**Equipa Técnica do Laboratório MeIntegra**

**Adaptado de:** <http://mktportugal.com/blog/?p=1356>

## **ARTIGO – AS REDES SOCIAIS COMO LIGAÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO**

Os meios de comunicação social e as tecnologias da informação ganham nos dias de hoje maior importância e visibilidade. Elas começam a surgir como um espaço de contínua formulação e reformulação de ideias, valores e comportamentos, ao permitirem um maior e mais fácil acesso entre as pessoas e as empresas, melhorando o acesso ao mercado de trabalho.

Apesar de terem surgido como um meio de comunicação interpessoal e de entretenimento associado ao lazer e à comunicação entre amigos, as redes sociais são cada vez mais usadas dentro do campo profissional. Exemplos dessas redes sociais são: *Facebook, Orkut, Twitter...* Além destas, temos outras redes mais ligadas ao campo profissional, como o *LinkedIn*, o *Plaxo*, que permitem não só a procura de novos profissionais, mas também a possibilidade de trocar experiências com outros executivos e manterem-se actualizados sobre novas práticas nas organizações.

Nesta linha, a *internet* tornou-se, sem dúvida, numa ferramenta importante na procura de emprego, assim como na divulgação de ofertas de emprego por parte das empresas, ao mesmo tempo que permite que estas publicitem junto dos consumidores os seus produtos e serviços.

Verifica-se nos dias de hoje, que o número de empresas que têm criado um perfil nas redes sociais, dada a fácil acessibilidade, é cada vez maior. Importa assim perguntar: O que ganham as empresas com a utilização das redes sociais? As empresas, através das redes sociais, conseguem informar todos os consumidores sobre as actualizações dos seus produtos, a par do lançamento de novos produtos, de promoções e de transferências. Deste modo, as empresas conseguem estar permanentemente em contacto com os

seus clientes, permitindo que os mesmos dêem *feedback* sobre determinados produtos, bem como sugestões e reclamações. Para além disto, as redes sociais também permitem que os profissionais responsáveis pelo

recrutamento analisem os currículos e as informações pessoais e profissionais de possíveis colaboradores da empresa. Isto acontece porque, na maioria das vezes, estas proporcionam um leque de informações variadíssimo acerca do candidato que não é possível analisar pelo currículo, como os interesses, os hobbies, entre outros. Efectivamente, as empresas têm recorrido a estas redes como um complemento na avaliação dos candidatos, de forma a identificar o melhor perfil, mas apesar disso, continuam a ser os meios mais formais (como a entrevista) a forma mais utilizada para o recrutamento dos candidatos ao emprego. A entrevista presencial é essencial para que se possa conhecer o perfil do candidato e se este corresponde ou não, às expectativas criadas.

Apesar das vantagens associadas ao uso das redes sociais, há cuidados que os candidatos devem ter quando utilizam estes meios. É importante que estes actualizem frequentemente a informação do perfil. Há certo tipo de informação pessoal que não deve ser colocada nestas plataformas, pois certamente irá ser julgada pelas empresas.

Em Portugal, empresas como o IKEA, a Sonae, a Optimus, a Microsoft e as Páginas Amarelas, são exemplos de empresas que aderiram a estes meios, como complemento no processo de selecção. A este respeito, vários gestores têm assumido a importância das redes sociais como uma forma de recolha de informação e notas curriculares sobre os potenciais candidatos. Muitas organizações como a IBM, a Microsoft e o Google passam muitas horas nestas redes, não só para obterem informações sobre os profissionais que trabalham na sua empresa, mas também para realizar a pré-testagem de novos produtos que pretendem lançar no próximo ano e, ao mesmo tempo como forma de avaliar os serviços prestados aos clientes.

Note-se, contudo, que embora o número de empresas ligadas às tecnologias de informação e comunicação tenha aumentado significativamente, esta realidade ainda é bastante distante da que se verifica nos Estados Unidos (onde cerca de 20% dos empregadores utilizam estas redes para auxiliar o processo de recrutamento dos seus quadros), mas cada vez mais, este fenómeno é assumido como uma estratégia para a modernização do tecido produtivo português.

**Adaptado de:** Económico – Recrutar nas redes sociais: a moda está a pegar:

**Autora:** Irene Ribeiro (Laboratório MeIntegra)

## ENTREVISTA – ISABEL MEIRELES – DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS DO GRUPO EGOR

### I. Impacto das TIC na gestão de recursos humanos

Nos dias de hoje, os gestores de RH enfrentam enormes desafios (rapidez no recrutamento de talentos, ter menores custos mas melhor informação sobre cada um dos candidatos, responder às exigências dos clientes). A este propósito, é recorrente ouvir-se falar da importância das novas tecnologias para a resolução destes problemas.

- Na sua opinião, quais os verdadeiros impactos/alterações introduzidas pelas Novas Tecnologias de Informação na Gestão dos Recursos Humanos?

**Isabel Meireles:** Eu vou lhe falar da minha realidade. Nós, a “Egor” somos um grupo multidisciplinar na área dos Recursos Humanos. Quando eu comecei a trabalhar – há 22 anos atrás, nós divulgávamos os anúncios na imprensa escrita, já se usava o Expresso. (...) O que é que acontecia? O cliente fazia-nos um pedido e usualmente precisávamos de uma semana para gerir a situação. Isto porque se tinha de fazer uma reunião com o cliente, desenhar a proposta e depois enviar por correio. Quando chegasse ao cliente, este tinha que dar a resposta, voltando a enviar também por correio (...) E portanto, um processo normal de selecção demorava em média um mês e meio, de forma otimizada. (...) Actualmente, o cliente faz o pedido formalizado na parte da manhã (...) e no final da manhã estamos a enviar uma proposta. Isto acontece, porque os sistemas digitais facilitam a elaboração da proposta, sendo o envio imediato. O cliente há hora de almoço está a adjudicar a proposta, a dizer “sim senhor, estou de acordo, portanto avança com o trabalho”. E quantas vezes ao final do dia estamos a apresentar resultados, porque a nossa base de dados de candidatos está online e contactamos logo com eles. (...) Antigamente, fazia-se convocatórias, tínhamos aqui uma pessoa só para fazer convocatórias, que estava cá a trabalhar das oito às dez da noite, que era a hora que as pessoas estavam em casa. Actualmente e a qualquer momento, liga-se para alguém e a pessoa responde. Ou seja, passámos de um cenário em que demorávamos um mês e meio, para um cenário em que demoramos uma semana. Portanto, os processos actualmente são muito mais rápidos. Ónus desta situação? Por um lado, aumentamos a rapidez porque a facilidade de comunicação e o acesso à informação é bastante superior. (...) Há vinte anos atrás, eu recebia cinquenta respostas, fantástico! Hoje (...) eu recebo quinhentas. Portanto, entre o tempo que eu perdia a ler cinquenta e o tempo que perco a ler quinhentas, bem é

uma distância considerável. A informação actualmente é muito mais complexa, tem muito mais volume e leva-nos muito mais tempo, porque falha aqui a memória visual.

**No caso específico da vossa empresa, desenvolvem uma actividade empresarial na área da Gestão de RH (recrutamento e selecção; formação e consultadoria; outsourcing; e trabalho temporário).**

- **Que tipo de serviços on-line são disponibilizados pela vossa empresa?**

**Isabel Meireles:** Actualmente online temos a divulgação da oferta de emprego. Portanto, toda a oferta de emprego está no nosso site. Aliás, a Egor foi pioneira, foi a primeira empresa de recrutamento e selecção a criar um site na internet e a fazer recrutamento interactivo. Na altura o “Jovem Que” foi uma marca registada pela Egor, era uma inovação. (...) Utilizamos instrumentos de avaliação também eles digitais. Mas isto obriga sempre à entrevista, não é? Há um conjunto de informação que tem de ser recolhida presencialmente, nomeadamente a avaliação sob o ponto de vista comportamental e intelectual, que fazemos em formato digital, em que a pessoa pode aceder a partir de casa, com uma *password* ao nosso site. Já agora, para além disso, há todo um conjunto de informações online que advém das redes sociais, onde nós estamos presentes e de alguma forma recolhemos e guardamos alguma informação sobre os nossos candidatos.

- **Qual o vosso público-alvo?**

**Isabel Meireles:** A Egor verticalmente trabalha a qualquer nível funcional, desde lugares de administração, direcção geral, quadros superiores, quadros intermédios, mas pontualmente também recrutamos operacionais (...) O nosso público-alvo, são para além das pessoas que estão desempregadas aqueles que procuram um novo enquadramento profissional. Profissionais que estão em fase de transição de carreira, por variadíssimas razões: porque querem crescer, querem uma promoção, porque estão insatisfeitos com a remuneração ou com a fragilidade da empresa em que estão. Qualquer activo no mercado de trabalho, potencialmente, é um alvo da Egor, desde que tenha competência para tal.

## **II. Recrutamento on-line e contratação de diplomados**

**Sabemos que o *e-recruitment* (recrutamento on-line) é um fenómeno novo no mercado, como prevê o seu impacto na evolução dos processos de recrutamento e selecção?**

**Isabel Meireles:** É novo para empresas que não estão atentas ao mercado, não

é? (...) A Egor nasceu em 1986, e em 1996 lançou o primeiro site. Portanto, para nós não é uma novidade, nós tentamos melhorar diariamente. Por exemplo, a utilização de instrumentos de avaliação psicológica online ainda está a ser testada. E porquê? Porque quando eu tenho um candidato frente-a-frente, eu posso confirmar que estou a falar com essa pessoa, não é? (...) Quando eu estou online, eu posso pensar que estou a falar com essa pessoa, mas ser outra pessoa que se está a fazer passar por ela. Ainda não tenho formas de reconhecimento de validação da presença do profissional. (...) Portanto, a informação que nos chega online, meramente a avaliação psicológica, depois é testada com base na entrevista. Não vou estar a aplicar os mesmos instrumentos, mas faço algumas perguntas de rastreio que permitem perceber. (...) Por isso, a entrevista tem um peso significativo no processo de avaliação.

- **Sendo o recrutamento online mais prático e vantajoso para os candidatos e empresas (rapidez, facilidade, economia, flexibilidade), na sua óptica, porque é que a maioria dos candidatos ainda recorre aos meios mais tradicionais (resposta a anúncio de emprego em jornal, candidatura espontânea, inscrição no IEFP ou em empresas de recrutamento e selecção, entre outros)?**

**Isabel Meireles:** Poderia dizer que o IEFP também já tem práticas em termos digitais, em termos de vanguarda tecnológica (...) Claro que empresas mais pequenas não tem meios para poder gerir desta maneira. Agora, as grandes estruturas (...) todas elas já têm uma forma de receberem candidaturas online, através dos seus sites, onde é possível encontrar um espaço/formulário para submeter candidaturas para trabalhar na organização. (...) E eu acredito que o jornal (...) vai decair, vai deixar de existir. Posso dar-lhe um exemplo. O Expresso presentemente tem meia dúzia de anúncios (...) seguramente há vinte, trinta anos atrás teria o dobro. A oferta no jornal foi decaindo, porque as pessoas acedem aos portais de emprego, às empresas directamente e enviam espontaneamente as suas candidaturas.

- **Tendo em conta a situação actual dos diplomados em Portugal, caracterizada por elevada taxa de desemprego e inactividade, considera que estes poderão ser o principal público-alvo do recrutamento online?**

**Isabel Meireles:** - Presentemente, procura-se sobretudo licenciados. Ou seja, dificilmente se consegue encontrar uma pessoa só com o 12º ano para iniciar a carreira profissional. Dificilmente, alguém chega ao 12º ano e fica por ali. Se investiu até ao 12º ano também vai continuar, são mais três anos e obtém uma licenciatura. Portanto, neste momento até é difícil encontrar profissionais

só com o 12º ano. O nosso foco acaba sempre por ser profissionais com formação a nível superior.

- **Qual o perfil dos licenciados (sexo, idade, curso/ área de formação, universidade, área geográfica) que costumam ser recrutados desta forma?**

**Isabel Meireles:** Há áreas diferenciais generalistas, essencialmente o cliente define (...) As áreas de Sistemas de Informação, de Engenharias Informáticas, esses sim, continuam a ter um foco muito grande e facilidade na obtenção de emprego, porque há mais procura que oferta, neste momento. E depois do outro lado temos as áreas de Gestão e Economia que continuam também a prevalecer em relação à Comunicação Social, por exemplo. (...) Porquê? Porque parte-se do princípio que se ele (ou ela) for de Comunicação Social está especializado exclusivamente naquela área, mas se vier de Economia ou Gestão tem também uma visão financeira. Todas as funções devem ter uma visão financeira, não é? Até para lhe propiciar crescimento dentro da organização. Se eu tenho um técnico de comunicação, se calhar vai fazer sempre carreira na área da comunicação. Se eu tenho um economista ou uma pessoa formada em Gestão, pode estar na área de comunicação neste momento e depois pode transitar para outros departamentos.

### **III. Novos instrumentos on-line para a obtenção de emprego**

**Neste momento, já existe um número considerável de instrumentos online (redes sociais, páginas pessoais e cv on-line) que possibilitam aos candidatos a exposição dos seus perfis, currículos e dados profissionais.**

- **Na sua perspectiva, quais são as potencialidades destes instrumentos?**

**Isabel Meireles:** As redes sociais começaram por ser elementos muito interessantes em termos de informação, (...) começaram por nos transmitir alguma informação acessória: os interesses da pessoa, os hobbies, o tipo de relações que estabelecia. (...) Neste momento, a diversidade é tão grande, o tipo de informação é tão diversificado, pois as pessoas perceberam que as redes sociais funcionam como redes de contacto e de emprego, que deixaram de ser transparentes e as pessoas começaram a montar todo um cenário, toda uma cosmética para atrair os empregadores, não é? Ou seja, eu se entrar no perfil do facebook (...) porque quero conhecer o profissional de base, se calhar o perfil que ele tem lá, já é um perfil muito montado para agradar. Isso só vem disfuncionar, criar ruído à volta da situação, que depois volta a ser necessário desmontar este cenário para se poder chegar à pessoa.

- **Em algumas das redes sociais existentes (*hi5, facebook, twitter*) já é possível consultar anúncios de oferta/ procura de emprego, qual a importância destes instrumentos para o recrutamento das pessoas? Pensa que as empresas vão aderir a esta forma de recrutamento?**

**Isabel Meireles:** - Estou inundada na caixa postal. Nós estamos num *Linkedin*, que é uma rede profissional, os outros são mais sociais do que propriamente profissionais. Eu actualmente, estou presente em todas elas, até para tentar perceber o seu funcionamento, mas confesso que neste momento as pessoas estão a utilizar estas redes muito para a promoção individual e não tanto para a troca de informação.

- **Especificamente em relação aos candidatos diplomados, pensa ser vantajoso ou não, a criação de um perfil nas redes sociais para a obtenção de emprego?**

**Isabel Meireles:** Eu acho que quem está no mercado de trabalho ou quem está em fase de transição – primeiro emprego, transição de carreira, mudança de função ou de empresa, deve utilizar todas as ferramentas que tem ao seu dispor. (...) O diplomado não perde nada em tentar estar presente e em mostrar a sua imagem. Agora o que eu acho que os diplomados têm de fazer é, efectivamente, diferenciarem-se no mercado de trabalho. E as pessoas diferenciam-se com base na formação que têm e nas actividades que desenvolvem. (...) Há um conjunto de actividades que vão enriquecer o seu currículo e, isso sim, é que vai valorizá-lo. Acredito que um licenciado que ao longo do curso teve uma actividade profissional de cariz temporária, acompanhando os estudos com uma actividade profissional, é positivo. Também são positivas a prática de uma actividade desportiva ou a participação num grupo associativo. Essas coisas é que vão enriquecer o jovem para iniciar carreira no mercado de trabalho.

**Entrevista realizada por** Luís Magalhães

**Transcrita pela** Equipa Técnica do Laboratório MeIntegra

## Destaques/ Eventos

### **TecMinho organiza VII Seminário e-Learning na Exponor dedicado a “Aprender nas Redes Sociais: Ampliar e Colaborar”**

Que pedagogias são necessárias para promover a aprendizagem usando tecnologias educativas emergentes? O que são ambientes sociais de aprendizagem? Como se produzem conteúdos rápidos e eficazes para serem usados quando e onde necessários, na sala de aula, nas plataformas, nas redes sociais? Como se ampliam experiências de aprendizagem nas redes sociais? Estas e outras questões serão debatidas no **VII Seminário e-learning "Aprender nas Redes Sociais: Ampliar e Colaborar"** promovido pela TecMinho/Gabinete de Formação Contínua da Universidade do Minho e Exponor, a decorrer no próximo dia **1 de Abril, no Centro de Congressos da Exponor - Matosinhos**. Integrado na Qualifica - Feira de Educação, Formação, Juventude e Emprego, este será o 7.º evento realizado pela TecMinho na área do e-learning a convite da Exponor.

Nesta conferência de praticantes do e-learning serão apresentados e demonstrados exemplos práticos de como tirar partido das tecnologias educativas para proveito da aprendizagem e do sucesso educativo dos alunos. Criar podcasts para aprender Biologia, usar o twitter para ampliar a formação em sala, usar dispositivos móveis para melhorar a aprendizagem, criar e disponibilizar conteúdos rápidos através do iTunesU, entre outros.

Para mais informações consultar:  
<http://www.tecminho.uminho.pt/shownews.php?id=295>

### **Encontro Internacional: Trabalho, Organizações e Profissões: Recomposições Conceptuais e Desafios empíricos**

Faculdade de Letras da Universidade do Porto 7 e 8 de Julho de 2011

O presente Encontro Internacional pretende assumir intencionalmente os cruzamentos das áreas temáticas do Trabalho, das Organizações e das Profissões enquanto marcos teóricos relevantes na delimitação analítica face à crescente complexidade do mundo contemporâneo, mas também na visibilidade de objectos empíricos que convocam olhares não confinados a matrizes unidimensionais. Uma outra razão, de cariz institucional, que permite sustentar esta proposta temática ancora-se na estratégia de sinalizar, ainda que simbolicamente, a dinamização da Secção específica de Trabalho, Organizações e Profissões, criada em 2009, ao abrigo dos Estatutos da APS.

Para mais informações consultar: <http://www.aps.pt/?area=017>

## Breves – Notícias

### Inovação gera Inovação

Ninguém inventa nada a partir do zero, Um produto ou um serviço inovador não nascem a partir de uma “tábua rasa”.

Vão sendo desenvolvidos, com graus maiores ou menores de ruptura em relação ao que existia. Em meados dos anos 80, quem seria capaz de prever que, menos de uma geração depois, a utilização de um computador já não estaria confinada a um local específico? Em meados dos anos 90, quando a Internet iniciou o seu percurso de massificação, quem anteciparia a revolução que iria provocar? Em meados da década passada, quem poderia adivinhar que as redes sociais tais como as conhecemos hoje mobilizariam centenas de milhões de pessoas de todo o Mundo, colocando-as em comunicação entre elas, ajudando à mobilização para causas concretas e forçarem as empresas a estarem presentes e atentas a uma ferramenta que, bem gerida, pode ser um poderoso meio de divulgação, fidelização e aperfeiçoamento de produtos e serviços? A área das Tecnologias de Informação e a Internet são excelentes exemplos de como a inovação gera mais inovação. A revista “*Fast Company*” distingue este ano a Apple como a empresa mais inovadora não pelo que faz mas pela capacidade que teve de, ao criar novos produtos, como o Iphone e o Ipad, colocar em movimento muitas outras empresas que desenvolvem aplicações para serem utilizadas sobre os seus “*gadgets*”. Nos Estados Unidos, empresas de grande dimensão premeiam os seus clientes e fornecedores pela capacidade de inovar. É uma tendência que começa a disseminar-se em Portugal e de que se dá conta nesta edição do “In”. É uma situação em que o próprio mercado toma a iniciativa de criar estímulos à inovação, sem estar à espera de reconhecimento ou apoio do Estado. É um Bom caminho.

**Fonte:** Negócios Online

**Data:** 03-03-2011

### UM entre as Universidades que mais patentes apresenta

A Universidade do Minho (UM) ocupa a terceira posição entre as academias portuguesas no que respeita a pedidos de patente apresentados entre 2001 e 2010. Do total de 87 pedidos, foram já concedidas 62 patentes, o que faz da UM uma das universidades mais empreendedoras de Portugal.

Além daquelas 62 patentes, foram já aprovados seis pedidos de patente europeia e dois nos Estados Unidos da América.

A TecMinho, através do GAPI - Gabinete de Apoio à Promoção da Propriedade Industrial, é a entidade responsável pela inovação e transferência de tecnologia na UM. Exemplos de patentes licenciadas e que se encontram em efectiva exploração em empresas de relevo a nível nacional e internacional são a Micropolis S.A., a Ambisys S.A. e a tecnologia Et3, desenvolvida pela UM e a DST.0

Segundo o coordenador do GAPI, Marco Sousa, “a UM e os seus investigadores apresentam desde há longa data uma aproximação ao meio empresarial e de cooperação científica e tecnológica com a indústria no desenvolvimento de projectos de investigação aplicada, orientados para as necessidades específicas das empresas promotoras que, em diversos casos, originam a apresentação de pedidos de patente de modo a proteger os resultados obtidos.

O contacto dos investigadores com o meio empresarial, com algum enfoque em empresas que são globais ou operam em diversos mercados, também permitiu ter em linha de consideração que a protecção legal dos resultados é um elemento essencial para a exploração comercial dos mesmos, pois é o modo de assegurar a exclusividade”.

#### O papel das spin-offs

Os pedidos de patente por parte da UM prevêm uma ligação entre o inventor e a instituição, havendo casos em que a “titularidade é repartida por diversos titulares ou em que a titularidade, sendo de uma entidade, os inventores porventura não façam parte dos quadros da mesma (por exemplo, projectos contratados)”, adianta Marco Sousa.

A valorização das patentes, pode ser feita de várias formas, desde o licenciamento a uma empresa já instalada no mercado ou a uma spin-off, podendo ser mesmo feita a venda da patente. Há ainda a possibilidade de surgirem interessados em investir nas mesmas, para as valorizarem e poderem posteriormente realizar o seu licenciamento ou venda. AUM valoriza as patentes com apoio à criação de spin-offs. Por exemplo, o concurso SpinUM, organizado pela Tec-Minho, em conjunto com o Spinpark, premeia e apoia as ideias de negócio mais inovadoras e com maior potencial em qualquer domínio científico ou tecnológico gerado na Universidade.

**Fonte:** Correio do Minho

**Data:** 07-03-2001

## Links Úteis

### Conheça algumas redes profissionais e as suas principais características:

#### **LinkedIn:**

<http://www.linkedin.com/>

O "LinkedIn" é uma rede social gratuita, apenas cobrada a empresas, em que tudo que consta nesta rede é relacionado com o mercado de trabalho. Actualmente está presente em 200 países com mais de 46 milhões de membros, e é bastante utilizado por empresas para recrutar profissionais. Para adicionar no LinkedIn um perfil profissional, tem de fazê-lo com o conhecimento da organização. Trata-se de uma rede bastante utilizada na procura de novas oportunidades de emprego.

#### **Plaxo:**

<http://www.plaxo.com/>

O Plaxo é a rede social mais parecida com as redes sociais comuns. A única diferença é que também é utilizado para divulgar dados profissionais, sendo possível publicar o currículo, fazer ligações com outros profissionais e compartilhar ofertas de emprego.

#### **Via6:**

<http://www.via6.com/>

"Via6" possui uma rede de conteúdo com comunidades, no qual se pode compartilhar artigos, notícias, etc. Disponibiliza também uma ferramenta que permite publicar o currículo para as empresas.

#### **Business Chamber:**

<http://businesschamber.com/>

É uma rede social parecida com o "LinkedIn" e muito conhecida em vários países. Publicita vários autores de livros que trabalham o tema do "business".

#### **Indica:**

<http://www.indica.com.br/>

O "Indica" é uma iniciativa nacional que visa ligar profissionais. Esta rede distingue-se de outras pelo seu serviço de recrutamento, ao apontar os profissionais que as empresas estão à procura. Alguns "headhunters" (caça-talentos) ganham comissão pelo serviço que é anunciado no *site*, variando os valores de acordo com a vaga divulgada.

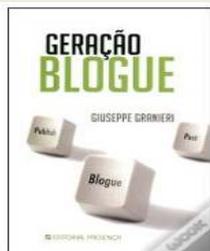
#### **Monster:**

<http://www.monsterbrasil.com.br/>

É outra rede social parecida com o "LinkedIn", porém mais leve. Aqui é possível a visualização de currículos, assim como uma área em que os visitantes podem criar o seu próprio cadastro/perfil.

**Agora é só aproveitar estas dicas, criar o seu perfil e fortalecer cada vez mais as suas redes de relacionamentos!**

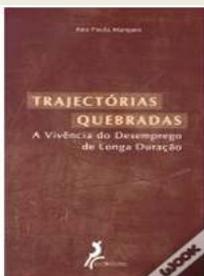
## LIVROS NA ESTANTE



### Geração Blogue

Autor: Giuseppe Granieri.

**Sinopse:** O universo da comunicação assistiu recentemente a uma nova forma de interacção através da criação dos blogues. Por meio de um programa informático é possível constituir-se um sítio na Internet que permite publicar com total autonomia textos, diários, histórias e artigos de opinião. Em tempo real os utilizadores podem assim ter acesso à informação preconizada por um novo modelo de opinião pública, que concorre directamente com os tradicionais meios de comunicação social. Giuseppe Granieri relata neste livro a perspectiva histórica do nascimento e evolução dos blogues, fazendo uma ampla descrição da blogosfera e das suas características e mecanismos de selecção, regulação e desenvolvimento. Analisa os aspectos sociológicos e políticos dos blogues e a sua relação com a democracia, educação, e política e alerta para os novos problemas de info-exclusão que se colocam entre os participantes activos na blogosfera e os que não têm acesso a ela. Em Portugal não se encontram obras publicadas sobre este tema, existindo actualmente apenas transcrições de blogues e manuais para a sua criação. É por isso um livro inovador que despertará o interesse quer do público em geral, quer de estudantes, professores, jornalistas e académicos e igualmente de leitores especializados em novos meios de comunicação.



### Trajectórias Quebradas: A vivência do desemprego de longa duração

Autora: Ana Paula Marques

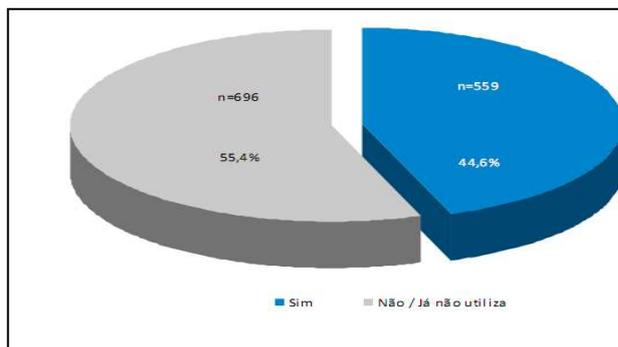
**Sinopse:** Sabe-se que ser desempregado não é simplesmente estar desocupado ou estar privado de um emprego. É também ser reconhecido como tal e vivenciar a experiência subjectiva do desemprego. As recentes investigações sociológicas realçam a desestruturação da vida pessoal, familiar e social daqueles que estão privados de um emprego por um longo período. Neste livro pretende-se reflectir sobre as consequências (in)visíveis de desemprego, reequacionando-se quer o papel família, quer o papel do Estado-providência na manutenção da coesão social e sustentabilidade de políticas públicas na sociedade contemporânea. Integra-se, de forma complementar, uma abordagem simultaneamente estrutural e biográfica ao se perspectivar o desemprego enquanto experiência social que pode assumir vivências subjectivas complexas, resultando não apenas da privação de um salário, como também das fragilidades de sociabilidade que se observam a vários níveis. Para as pessoas que vivem o desemprego, as suas causas podem alicerçar-se sobretudo na percepção de um fracasso pessoal, de uma degradação da qualidade de vida, de uma quebra das relações de amizade e de companheirismo. O desemprego, enquanto "tempo-espço" diferente daquele que estrutura e do trabalho, simboliza uma ruptura nas trajectórias socioprofissionais, com impactos diversos na vida pessoal, colectiva e institucional dos indivíduos.

## Informação Estatística

### A utilização da Internet em Portugal - 2010

A presente informação faz parte do relatório elaborado no quadro do projecto WIP (*World Internet Project*). A participação de Portugal neste projecto, é assegurada pela LINI – Lisbon *Internet and Networks International Research Programme*. Esta é uma rede de centros de investigação orientados para o estudo multidisciplinar da *internet*, redes e sociedade, cuja missão principal é promover a investigação académica sobre o impacto da *internet* e das redes sociais, informar sobre as políticas públicas e estimular o debate.

Este geral, o relatório do projecto WIP pretende dar a conhecer e caracterizar a utilização da *internet* em Portugal, no primeiro trimestre de 2010, tentando perceber com dados de anos anteriores a evolução e as mudanças ocorridas. Para obter esta informação foram aplicados 1245 inquéritos extensivos por questionário, realizados mediante uma entrevista directa, aplicados a uma amostra representativa da população portuguesa, sendo utilizado o método de estratificação por quotas.



**Gráfico 1. Utilizadores de Internet em Portugal, 2010 (%)**

Fonte: WIP Portugal 2010 (n=1255)

Os resultados demonstram que uma parte significativa da população portuguesa ainda não utiliza *internet*, apesar do número de utilizadores ter vindo a aumentar. Em 2003 encontrávamos 29% de utilizadores, passando para 35,7% e 38,9%, em 2006 e 2008 respectivamente. Actualmente, a população portuguesa tem 44,6% de internautas e 55,4% de não utilizadores, como podemos conferir no Gráfico 1. Analisando esta dimensão por género, 48,3% dos homens portugueses são utilizadores de *internet*, enquanto nas mulheres portuguesas existe uma percentagem menor (41,1%). Se analisarmos a idade, verifica-se uma tendência para a diminuição da utilização da *internet* à medida que aumenta a idade, uma vez que 63% destes utilizadores têm entre os 15 anos e os 34 anos.

Os dados recolhidos respondem a uma questão importante: Qual a razão pela qual a população portuguesa não utiliza a Internet? Os dados obtidos, mostram que a principal razão para os indivíduos não utilizarem este meio é por falta de interesse e pela noção de que a *internet* não lhes é útil (44,4%). A segunda razão prende-se com a literacia digital (26,3%), seguindo-

se a falta de acesso a computador ou *internet* (10,2%), pelo elevado custo destes meios (9,9%), pela falta de tempo (5,5%) e por fim, por outras razões (3,7%).

Os resultados mostram ainda que as redes sociais têm vindo a ter um aumento do número de participantes. Em 2010, 56,5% dos portugueses declararam utilizar as redes sociais, dando maior importância ao HI5 (42,6%) e ao Facebook (39,7%). É de realçar que o Facebook teve um aumento significativo de participantes, com apenas 7,4% de utilizadores em 2008. Ao contrário, o Orkut tem descido de posição, representando 10,9% em 2008 e 5,7% em 2010. Ao nível do género, as mulheres têm preferência pela utilização do Orkut (62,5%) e pelo HI5 (55,0%), já os homens têm preferência pelo MySpace e pelo Twitter, ambos com 56,8%. Os utilizadores com maior expressão são os jovens, em qualquer uma das redes sociais mencionadas.

Ao nível dos conteúdos, nas redes sociais, frequentemente, encontra-se informação variada sobre o perfil pessoal dos indivíduos, designadamente o nome (95,6%) e a data de nascimento (78,4%). Quando analisamos estes itens por género, apesar das diferenças serem pouca acentuadas, verifica-se uma tendência ligeiramente maior das mulheres disponibilizarem os seus dados pessoais.

Das funcionalidades disponíveis nas redes sociais, os indivíduos utilizam-nas na maioria dos casos para o envio de mensagens (84,4%), serviço de *chat* (47,9%), procura e/ou sugestão de amigos para adicionar à rede pessoal (47,3%) e a criação de álbuns para partilha de fotografias (46,3%).

No que diz respeito à utilização das redes sociais para conhecimentos pessoais, é visível a diferença entre os dois sexos. As mulheres têm uma maior percentagem de conhecimentos pessoais nas redes sociais comparativamente aos homens: 81,8% para 74,7%. Em contrapartida, os homens apresentam uma maior percentagem de pessoas que não conhecem pessoalmente, mas que estão ligadas através destes *sites*, apresentando um valor de 25,3% contra 18,2% das mulheres.

#### Gráfico 4. Utilização de Redes Sociais: motivos para ter aderido (%)



Fonte: WIP Portugal 2010 (n=315 utilizadores de redes sociais, pelo menos mensalmente)

Sobre as motivações para aderir às redes sociais, a primeira prende-se com a possibilidade para poder manter contactos à distância (87,6%), seguindo-se o sentido de pertença (84,1%). Muitos participam nas redes sociais para partilharem os seus pensamentos, comentários, vídeos e fotos (83,8%) e para fortalecerem laços sociais existentes *offline* (80%), como é possível constatar no Gráfico 4. Em números mais reduzidos encontramos aqueles indivíduos que aderiram porque foram convidados (79,7%) e pela intenção de conhecerem novas pessoas (78,7%). Apenas 40% dos indivíduos apontam a criação de um perfil nas redes sociais por motivos profissionais. No caso das mulheres, as motivações mais visíveis para a criação de um perfil são a possibilidade de manter contactos à distância com as pessoas (87,9%) e pela presença de pessoas/ conhecidos nas redes (82,4%). Por sua vez, a possibilidade de partilha de pensamentos, comentários, vídeos, fotos (89,3%) e o contacto com as pessoas que estão longe (87,3%), são as principais motivações avançadas pelos internautas do sexo masculino.

#### **Equipa Técnica do Laboratório MeIntegra**

Adaptado de: UMIC: Agência para a Sociedade do Conhecimento – A utilização da Internet em Portugal 2010:

## Ficha Técnica

**Propriedade:** Centro de Investigação em Ciências Sociais – Laboratório MeIntegra- spin-off da Universidade do Minho © **Coordenação:** Ana Paula Marques (CICS/UM) Equipa responsável: Rita Moreira (CICS/UM) e Irene Ribeiro © **Tiragem:** 2000 exemplares © **Distribuição:** gratuita online ©