

OS ESTUDANTES PORTUGUESES E O USO DE REDES SOCIAIS VIRTUAIS PARA A DISSEMINAÇÃO DE COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS

Laura Rafaela da Silva Viana; Antônio dos Santos Júnior; Sheylla Chediak; Anabela Mesquita.

Instituto Federal de Rondônia, laura.rafaela3@gmail.com; Instituto Federal de Rondônia, antonio.junior@ifro.edu.br; Instituto Federal de Rondônia, sheylla.chediak@ifro.edu.br; Instituto Politécnico do Porto, sarmento@iscap.ipp.pt.

Resumo do artigo: O aumento do uso das plataformas de comunicação *online* tem sido cada vez maior; os usuários atuam como agentes desenvolvedores de mudanças atribuindo diferentes usos a essas tecnologias. Na esfera profissional, o conjunto de ações no ciberespaço pode estar vinculado ao desenvolvimento dos estudantes implicando, também, no seu futuro profissional em relação a sua inserção no mercado de trabalho. O objetivo deste estudo de caso foi analisar como os estudantes de ensino superior relacionam o uso das redes sociais virtuais com o seu desenvolvimento profissional e divulgação de conhecimento. Para tanto, realizamos entrevista com dez estudantes do ensino superior, em Portugal, a fim de levantar dados sobre o seu comportamento *online* e disseminação das suas competências profissionais em redes sociais como Facebook e Instagram, no que diz respeito a uma futura carreira, mercado de trabalho e difusão de conhecimento. De acordo com a análise dos dados, 90% dos entrevistados estavam cientes da influência das mídias sociais no ambiente profissional, mas apenas 50% consideraram que usam seus perfis em redes sociais para disseminar suas competências, habilidades e experiências acadêmicas. Este estudo mostra que o uso das redes sociais virtuais pode ser de grande importância para a construção de uma visibilidade profissional adequada pelos estudantes em formação. Além disso, aponta que o uso dessas redes pode contribuir para a ampliação de uma cultura de compartilhamento de aprendizagem onde a interação entre os usuários é capaz de fazer com que eles adquiram conhecimentos e o compartilhem. Entender como esses mecanismos funcionam pode ser fundamental para a evolução social e a educação profissional.

Palavras-chave: Comportamento *online*, desenvolvimento profissional, difusão de conhecimento.

Abstract: Online communication platforms have been used more and more lately. Users should be conscious that they act as developers of new technologies and content and what they produce will be registered throughout the time. In a professional world context, digital behavior may influence students' development in relation to their professional future and insertion in the job market. An investigation was carried out to analyze how higher education students have been connecting social media networks with their future professional lives. Ten students from higher education, Portugal, have been interviewed about their general behavior and dissemination of their professional skills in social media networks such as Facebook and Instagram, regarding a future career, job market and dissemination of professional skills. According to data analysis, 90% of respondents were aware of the influence from social media into their professional environment, but only 50% considered that they have used their profiles to reveal their skills and academic

(83) 3322.3222

contato@joinbr.com.br

www.joinbr.com.br

experiences. This study demonstrates that the use of social networks can be important to the development of a proper professional visibility. Furthermore, it suggests that the use of such networks can contribute to the enlargement of a learning sharing culture where the interaction among the users can make them acquire knowledge and share it. The comprehension of how these mechanisms work may be fundamental for social evolution and for professional education.

Keywords: Social media behavior, professional development, knowledge dissemination.

INTRODUÇÃO

O início do século XXI foi marcado pela inovação das tecnologias de segunda geração da internet e, conseqüentemente, pelo surgimento de novos modelos de comunicação eletrônica, mais interativos e instantâneos. “As pessoas integram as tecnologias nas suas vidas, ligando a realidade virtual com a virtualidade real, vivendo em várias formas tecnológicas de comunicação, articulando-as conforme as suas necessidades” (CASTELLS, 2005, p.23). É neste contexto que se inserem as mídias sociais, um dos principais meios de comunicação atual, cujo uso gera novas formas de relações pessoais e profissionais.

O aumento do uso das redes sociais virtuais tem sido cada vez maior. Segundo a companhia de estatística – Statista¹, estima-se que em 2018 o número de usuários de redes *online* terá ultrapassado os 2,6 bilhões de pessoas em todo o mundo. Atualmente, esse número passa os 2,3 bilhões. Na esfera profissional, de acordo com uma pesquisa anual de recrutamento nas mídias sociais feito pela *Careerbuilder*² (Estados Unidos, 2016) cerca de 60% dos empregadores utilizam as mídias sociais no processo de recrutamento de pessoal e seleção de candidatos e mais de 15% destes já advertiram ou demitiram funcionários devido à publicação de conteúdos *online* considerados inapropriados.

Diante desses novos processos de interação, as redes sociais *online* passam a exercer um papel fundamental no desenvolvimento social, considerando seus mais amplos aspectos, influenciando tanto a vida profissional quanto pessoal dos indivíduos. “A análise das redes pode ser aplicada no estudo de diferentes situações e questões sociais” (MARTELETO, 2001, p.72). Por isso se torna importante compreender como os profissionais em formação dessa nova geração se adaptam e utilizam esses meios de comunicação, pois seu rápido crescimento

¹Statista-The statistics portal. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

²CareerBuilder - annual social media recruitment survey. Disponível

em: <<http://www.careerbuilder.com/share/aboutus/pressreleasesdetail.aspx?ed=12%2F31%2F2016&id=pr945&sd=4%2F28%2F2016>>

e possibilidades de influência na forma como as pessoas se relacionam podem acarretar inúmeras consequências, positivas e negativas.

As mídias eletrônicas desempenham um grande papel nas mudanças sociais e entendê-las pode proporcionar concepções diferentes sobre os mecanismos de mudanças e suscitar novas ideias sobre preparar os jovens para essas transformações para que sejam benéficas para eles mesmos e, conseqüentemente, para a sociedade. Para Castells (*apud*, COUTINHO, 2011, p.9) “a difusão da tecnologia amplifica infinitamente seu poder ao se apropriar de seus usuários e redefini-los. As novas tecnologias da informação não são apenas ferramentas para se aplicar, mas processos para se desenvolver.”

Neste artigo discorreremos sobre como o uso das redes sociais virtuais tem influenciado o mundo profissional e sobre como os estudantes estão se adaptando a esses novos processos de transformação. Além disso, buscamos explorar as influências do uso dessas redes no processo de aprendizagem a partir da difusão do conhecimento tendo como principal objetivo analisar as percepções dos estudantes em relação ao uso do Facebook, Instagram e plataformas deste tipo para a divulgação de suas competências e experiências acadêmicas.

METODOLOGIA

Nesta investigação buscamos identificar as influências do uso das redes sociais virtuais no desenvolvimento profissional, mais especificamente no processo de aprendizagem a partir da difusão do conhecimento, e analisar as percepções dos estudantes em relação ao uso dessas redes como espaço para a disseminação de competências. Dada a natureza da investigação – obter informação profunda e detalhada sobre o uso das redes sociais por parte dos estudantes do ensino superior, decidiu-se optar pela abordagem qualitativa. Para tanto, elaboramos um roteiro de entrevista para ser utilizado como ferramenta norteadora. A entrevista, como instrumento de coleta de dados, foi eleita por nos proporcionar maior flexibilidade, permitindo ao interlocutor a livre expressão de seu conhecimento e das particularidades de suas opiniões.

De forma mais específica, o roteiro de entrevistas foi focado em quatro tópicos que abordaram o conhecimento prévio dos alunos sobre as redes de relacionamento *online* e seus impactos; como se comportam nas redes sociais

virtuais; a relação entre o comportamento *online* e a vida profissional; e a relação entre o comportamento *online* e a disseminação de conhecimento, principalmente no que se refere ao engajamento social.

Assim, realizamos entrevistas com dez estudantes do ensino superior, em Portugal. Participaram cinco homens e cinco mulheres entre 18-39 anos de idade, incluindo alunos de graduação e mestrado e dos mais variados cursos. Dessa forma, buscou-se evitar efeito de gênero sobre a conclusão da pesquisa e possibilitar opiniões de pessoas de idade e trajetórias acadêmicas diferentes, visando um resultado mais amplo e acurado. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, seguiram-se por gravação de áudio e variaram entre 15 – 25 minutos.

Após a realização da coleta de dados, o conteúdo foi transcrito e enviado aos entrevistados para consentimento de veracidade das informações; assim, seguimos pela metodologia de análise de conteúdo. É importante ressaltar que na apresentação dos resultados para os casos de citação de trechos da transcrição das entrevistas, optou-se por usar pseudônimos ao invés dos nomes dos participantes com o intuito de preservar a imagem deles e manter a confidencialidade dos dados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados indicam que 90% dos entrevistados são cientes do impacto que o uso das redes sociais virtuais pode causar no ambiente profissional e nas transformações sociais. Todos eles afirmaram possuir perfis em alguma rede *online*, principalmente no Facebook, o que vai ao encontro dos índices divulgados pela companhia Statista³, que mostra que o Facebook é a rede social mais utilizada mundialmente, com cerca de 1,71 bilhões de usuários ativos mensais. Além disso, ainda podemos considerar o estudo realizado pelo Grupo Markest⁴, que aponta que 94% dos portugueses possuem um perfil nessa rede social.

Identificou-se que 50% dos estudantes entrevistados utilizam suas contas em redes sociais virtuais para divulgar suas experiências acadêmicas e informações relevantes relacionadas a sua área de formação. Assim, consideramos que o uso das mídias sociais tem se tornado cada vez mais alternativo e que a sociedade está se adaptando as suas novas

³ Most famous social network sites worldwide as of September 2016, ranked by number of active users (in millions) Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> Acesso em: Outubro, 2016.

⁴ Os portugueses e as redes sociais 2016. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/grp/p~96.aspx> (83) 3322.3222 Acesso em: Outubro, 2016.

funcionalidades, utilizando as redes para fins além de entretenimento e lazer, que a princípio foram propostos. Elementos como a importância do comportamento *online* no processo de recrutamento no mercado de trabalho também foi ponderado por alguns entrevistados. Isso se mostra importante já que de acordo com Vicknair (2010) certas informações postadas em perfil de redes sociais podem ter implicações negativas para os estudantes universitários em sua entrada no mercado de trabalho.

Partindo disto, a análise dos dados mostra que 44,4% dos entrevistados que possuem conta no Facebook consideram que seu comportamento *online* seria visto como inadequado pelos seus futuros empregadores caso visitassem seu perfil, como aponta um deles: “Talvez ele ficasse a pensar que eu tinha (perfis em redes sociais *online*) mais para tipo, bisbilhotar a vida dos outros” (João, 18 anos). Levantamos então as seguintes questões: qual a relação entre a personalidade dos entrevistados e a que eles acham que seria adequada perante seu futuro chefe? Até que ponto o comportamento *online* pode refletir a personalidade das pessoas? Sobre os olhos de Bakshy *et al.*, (2012, p.525) “as redes sociais podem influenciar no comportamento do indivíduo, mas elas também refletem as próprias atividades, interesses e opiniões individuais”⁵.

Contudo, ainda podemos considerar que nas redes sociais as formas de se comportar podem muitas vezes ser acrescidas em certos aspectos e omitidas em outros, como argumentou um dos entrevistados: “Eu posso fazer muitas coisas mas posso omiti-las no Facebook. Como o contrário, [...] posso dar a entender às outras pessoas que posso ter uma vida social muito mais ativa do que aquela que ela efetivamente é.” (Manuel, 21 anos). Isso indica um risco a ser corrido pelas empresas que utilizam essas ferramentas como parte do processo de recrutamento. Não obstante, o comportamento *online* ainda pode ser considerado como um importante agente para reputação dos usuários, pois como ponderam Amaral e Maschetta (2014), a web possibilita formas de obter mais visibilidade para aqueles que conseguem gerenciar as impressões sobre sua identidade com base em seus interesses pessoais.

Os dados desta investigação nos mostram que os estudantes demonstram ter conhecimentos sobre as redes *online* e a influência que elas exercem, um deles indica que: “A partir do momento em que publicamos, aquilo ganha uma dimensão pública, está acessível a várias pessoas.” (Marcos, 39 anos). No campo profissional, os estudantes que sabem se portar

⁵ Tradução livre: *Social networks may influence an individual's behavior, but they also reflect the individual's own activities, interests, and opinions.*

de maneira adequada para uma boa visibilidade profissional podem deter características de destaque que permitam seu ingresso no mercado de trabalho com mais facilidade. Vale afirmarmos, também, que a orientação escolar tende a exercer um importante papel nessas novas ações, já que o ambiente educacional é um dos principais mediadores no desenvolvimento das competências profissionais.

Paralelo a este assunto podemos destacar o fator disseminação de competências e engajamento social. Para dois dos entrevistados, quando questionados sobre a influência que a disseminação de experiências acadêmicas, por exemplo, pode causar nas outras pessoas que estão sendo atingidas por essas informações, ambos levantaram em questão o que podemos resumir em uma palavra: motivação. Neste caso, disseminar alcances acadêmicos poderia engajar mais pessoas a acreditarem nos seus próprios objetivos, além de criar um ambiente de compartilhamento de conhecimento. Para Dixon (*apud*, TOMAÉL *et al*, 2005, p.96) “se as pessoas começam a compartilhar ideias e conseguem perceber a importância desse processo, o próprio compartilhamento cria a cultura da aprendizagem”.

Dessa maneira, o que podemos perceber é que a disseminação de competências pode não só proporcionar uma adequada visibilidade ao profissional, mas também contribuir para a construção do conhecimento compartilhado. Ainda neste aspecto, é possível considerar a teoria do *conectivismo* de Siemens (2004) que apresenta a ideia de que o conhecimento está distribuído nas redes por meio de conexões e que a aprendizagem consiste na capacidade de circulação nessas redes. Assim, considerando o processo de aprendizagem a partir dos próprios aprendentes e as implicações de suas ações como sujeito responsável pela construção de seu conhecimento, inferimos que o estímulo, a motivação, a inspiração que cada pessoa possui influencia na sua busca por melhores oportunidades e conseqüentemente em mudanças na sociedade.

O conceito de cibercultura, amplamente difundido por Lévy (1999) estabelece uma nova relação com o conhecimento e o saber, apresentando novas formas e possibilidades de se aprender e ensinar, retirando-as dos campos comuns de realidade, e inserindo-as no ciberespaço, que é justamente esse “novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (Lévy, 1999, p.22). Ainda segundo o autor, o ciberespaço também se relaciona ao universo de informações abrigado pela infraestrutura material de comunicação global, e principalmente com os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Dessa forma, é possível perceber que a

interação entre os usuários desse espaço não só é capaz de fazer com que eles adquiram conhecimentos, mas que o compartilhem.

Para clarificar a relação que estabelecemos entre a disseminação de competências por meio das redes *online* no que tange a visibilidade profissional e as suas consequências para a sociedade no que se refere ao engajamento social, elaboramos o seguinte esquema:

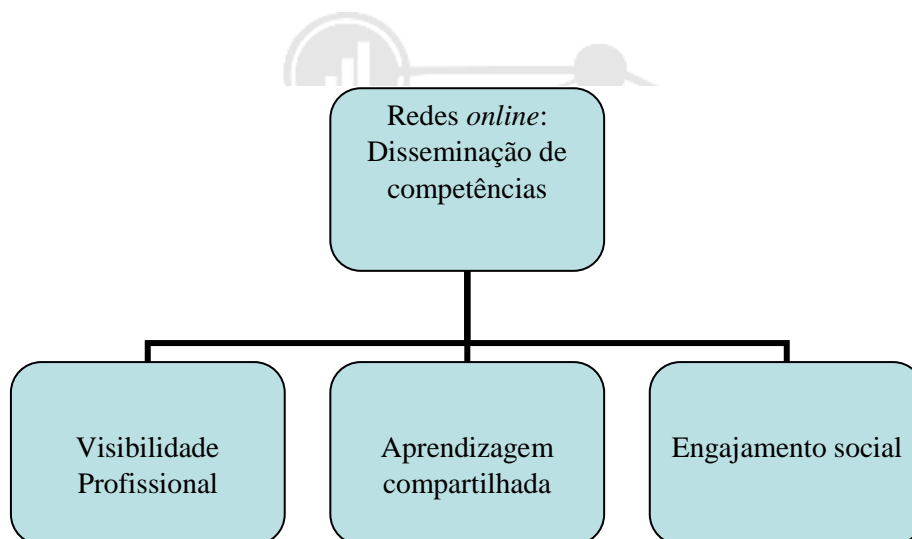


Figura I: Esquema representativo dos ramos associados ao uso das redes *online* para a disseminação de competências.
Fonte: autor

Portanto, entende-se que as mais diversas conexões existentes em nossa sociedade abrem espaço para mudanças que podem ser resultantes de uma só ação – disseminação de competências – e que podem ser produzidas por qualquer sujeito, “vivemos uma era em que a linguagem dos modelos tradicionais de conceber o conhecimento são [sic] substituídos pela horizontalidade, em que todos são agentes do processo e, portanto, todos têm vez e voz no sistema de autoformação” (COUTINHO, 2011. p. 12).

A partir dos pontos que estabelecemos, tentamos demonstrar que o conteúdo presente no ambiente virtual é resultado de um grande conjunto de ações desenvolvidas pelos seus próprios usuários. Assim, o papel de cada um desses utilizadores pode ser fundamental para a construção de um ambiente que, relacionado a vida profissional e pessoal, pode acarretar consequências positivas.

CONCLUSÕES

A presente investigação sugere que o uso das redes sociais virtuais para a disseminação de competências tem sido pouco explorado se considerarmos que muitos dos alunos entrevistados são cientes de sua importância. Além disso, é possível destacarmos que as interações nessas redes podem ser vinculadas a vários aspectos, sendo importante para os usuários saberem como esse ambiente de troca de conteúdo é construído e como pode ser alterado.

A orientação escolar pode ser de grande importância nesse processo, já que pode auxiliar o aluno a engajar-se em sua formação e fortalecer suas relações acadêmicas e profissionais através das redes sociais virtuais. Presume-se que um enfoque maior na orientação sobre essas práticas *online* pode propiciar melhores resultados no que diz respeito a entrada no mercado de trabalho, facilitando a sua visibilidade profissional e criando uma reputação e credibilidade considerada adequada para o meio em que deseja se inserir.

No que tange à disseminação de conhecimento, sugerimos que a aplicação do conceito de cibercultura pode fazer com que as redes sociais virtuais sejam utilizadas como ferramentas positivas, oferecendo um ambiente interativo e dinâmico de troca recíproca de saberes. A disseminação de competências pode fortalecer os laços de interesses de outras pessoas, possibilitando a elas novas perspectivas de futuro.

Em relação aos procedimentos metodológicos, salienta-se que esta pesquisa apresenta suas limitações, pois possui apenas um campo de investigação e não abrange número de alunos suficiente para permitir um resultado mais apurado. Acredita-se que com maior número de sujeitos participantes seria possível explorar maiores diferenças de opiniões e comportamentos *online*, podendo assim extrair suas semelhanças principais possibilitando um resultado mais conciso.

As análises sobre o comportamento *online* e seus reflexos na vida das pessoas é um importante alvo para futuras investigações. A disseminação de competências e seu efeito “motivação” na sociedade pode também ser uma importante chave para a educação em rede. Nestes termos, podemos inferir que há dois eixos de investigação: a implicação do uso das redes sociais virtuais na carreira profissional e o uso das redes *online* para a difusão de conhecimento. Portanto, entender como esses mecanismos funcionam passa a ser fundamental para a evolução social e investigações realizadas nesta

área podem contribuir para a construção de novas percepções sobre o uso das redes sociais virtuais. A escola tem um papel fundamental para a orientação e preparação desses jovens para o mundo do trabalho na era digital.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Instituto Federal de Rondônia que por meio do Programa de Internacionalização da Pesquisa, Ensino e Extensão do IFRO – PIPEEX (edital nº63 NII/ARINT/2016) fomentou a realização da pesquisa.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; MOSCHETTA, P. H. **Visibilidade e reputação nos sites de redes sociais.** A influência dos dados quantitativos na construção da popularidade a partir da percepção dos usuários. VIII Simpósio Nacional da ABCiber. Dezembro/2014.

BAKSHY, E.; *et al.* **The Role of Social Networks in Information Diffusion.** April 16–20, 2012, Lyon, France.

COUTINHO, C; LISBÔA, E. **Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem:** desafios para educação no século XXI. Revista de Educação, Vol. XVIII, nº 1, 2011 | 5 – 22.

GRUPOMARKTEST. **Os portugueses e as redes sociais 2016.** Estados Unidos. Disponível em: <<http://www.marktest.com/wap/a/grp/p~96.aspx>> Acesso: Set. 2016.

CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs.). **A Sociedade em Rede:** do conhecimento à ação política; Conferência. Belém (Por): Imprensa Nacional, 2005.

CAREERBUILDER. **Annual Social Media Recruitment Survey.** Abril/2016. Disponível em:<<http://www.careerbuilder.com/share/aboutus/pressreleasesdetail.aspx?ed=12%2F31%2F2016&id=pr945&sd=4%2F28%2F2016>> Acesso: Out. 2016.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTELETO, R. M.. **Análise das redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ci. Inf., Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

SIEMENS, G. (2004). **Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age**. *elearnspace*. Disponível em: <<http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>> Acesso: Set. 2016.

STATISTA. **Number of global social media users 2010-2020**. Estados Unidos/2016. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>> Acesso: Out. 2016.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. **Das redes sociais à inovação**. Revista Ciência da Informação. Brasília, v.34, n.2, p.93-104, Maio/Ago. 2005.

VICKNAIR, J.; *et.al.* **The Use Of Social Networking Websites As A Recruiting Tool For Employers**. American Journal of Business Education. Estados Unidos, v.3, n.11, Nov/2010.