

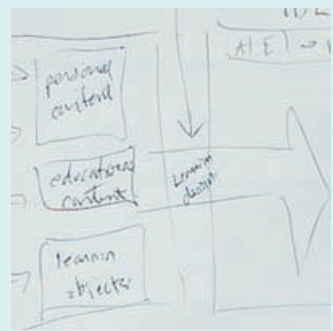
Tecnologia & Gestão

TERÇA-FEIRA, 30 DE OUTUBRO DE 2012 | N.º 32

UNIVERSIDADE DIGITAL Ambiente pessoal de aprendizagem

Personal Learning Environment (PLE), Entornos Personales de Aprendizaje, Ambiente Pessoal de Aprendizagem. Eis as formas como poderão encontrar um. Em inglês, castelhano ou português, mas sempre referido como PLE.

De formatos variados, mais ou menos formais, sempre existiram PLE e todos nós possuímos um. Por vezes mora apenas na nossa mente, outras revela-se na forma como organizamos o nosso espaço de estudo, pela simples forma como arrumamos os nossos livros, os nossos cadernos, os nossos apontamentos.



Os tempos mudam e hoje já não utilizamos sebatas. Ou usamos? Porventura apenas mudámos de suporte. Já não utilizamos aquele caderno de papel amarelado, mas recorremos a um número de ferramentas e serviços que a tecnologia actual nos proporciona.

Temos à nossa disposição um mundo de oportunidades de comunicação que nos possibilita aceder a informação de vária índole, de forma personalizada e adaptada às nossas necessidades e aos nossos conhecimentos, melhorando simultaneamente as oportunidades de aprendizagem.

A melhorada faculdade de acesso a conteúdos, recursos, fontes de informação, experiências e opiniões de terceiros e a criação de uma ou várias redes de pessoas com quem podemos partilhar interesses e opiniões, transporta-nos a uma superabundância de informação que pode assumir dimensões caóticas no que respeita à organização pessoal da mesma. A forma de mitigar esse caos e de melhorar o controlo e a gestão da nossa própria aprendizagem consiste no estabelecimento do nosso PLE.

PAG. 16

MEDIÇÃO DO SUCESSO

A importância das metodologias qualitativas na avaliação de projectos

“Nem tudo o que conta pode ser contado”... A afirmação pertence a Einstein, mas pode ser transposta claramente para o domínio de avaliação de projectos e programas. A avaliação do sucesso de um projecto/programa é um processo bem mais complexo do que se poderia imaginar a priori.

Os contextos em que os projectos são desenvolvidos estão em constante e permanente mudança, e este ambiente dinâmico estimula a abertura e a criatividade na busca de soluções e respostas.

A complexidade das situações exige uma leitura necessariamente transversal e uma inovação reactiva. É neste sentido que se torna claro o acréscimo de valor trazido pelas metodologias qualitativas no âmbito da avaliação de projectos e do seu impacto.

Não raras vezes, antes dos objectivos serem completamente atingidos e cumpridos, é importante fazer antecipações, inferências e previsões acerca da probabilidade de sucesso de um programa. É importante perceber como decorre o desempenho interino, como vai sendo cumprido cada pequeno passo ao longo do caminho que há a percorrer antes



O sucesso final de um projecto ultrapassa a mera noção de cumprimento do plano inicialmente previsto.

de se cortar a meta final. A complexidade afirma-se de forma clara no domínio da avaliação de objectivos a longo prazo.

Não podemos hipotecar todo o processo avaliativo, aguardando anos para determinar se um programa foi ou não eficaz.

Devemos, pelo contrário, inscritos na matriz lógica do programa, procurar perceber como os

seus passos temporários vão ou não sendo atingidos e se há ou não indicadores acerca da probabilidade dos objectivos a longo prazo virem a ser cumpridos.

O sucesso final de um projecto ultrapassa a mera noção de cumprimento do plano inicialmente previsto. É importante avaliar se foi ou não bem monitorizado e capaz de se adaptar às exigências

e feedbacks recebidos ao longo da implementação. Isto é ainda mais claro se percebermos a necessidade dos programas, particularmente os de longa duração, serem geridos de forma adaptativa e reflexiva, permitindo e facilitando uma adequação responsiva aos feedbacks recebidos durante a sua implementação.

PAG. 14

COMPUTAÇÃO EM NUVEM

Desmistificar confusões em torno das nuvens privadas

A computação em nuvem está na moda, e a computação em nuvem privada não é excepção. Mas nota-se alguma confusão relativamente a este último conceito, segundo a Gartner. Como tal, esta empresa de estudos de mercado refere cinco aspectos que costumam ser objecto de confusão relativamente às nuvens privadas, procurando assim contribuir para que o mercado identifique o valor real da computação em nuvem privada e não se deixe levar simplesmente pelo alarido em torno do conceito. Nas palavras de Tom Bittman, vice-presidente e analista na Gartner, o crescimento da computação em nuvem privada tem sido motivado pela rápida

adopção da virtualização, pelo crescimento das ofertas na área da computação em nuvem e pela pressão em disponibilizar tecnologias de informação de forma mais rápida e mais barata. No entanto, antes de responderem a estas pressões, as organizações de tecnologias de informação precisam de ter cuidado, de modo a evitarem o alarido em torno do conceito e a concentrarem-se em projectos de computação em nuvem privada que respondam às necessidades reais da empresa em questão. Apresentamos a seguir os cinco aspectos identificados pela Gartner que costumam ser objecto de confusão relativamente às nuvens privadas.

PAG. 15



A computação em nuvem está na moda, e a computação em nuvem privada não é excepção. Mas nota-se alguma confusão relativamente a este último conceito.

MEDIÇÃO DO SUCESSO

Importância das metodologias qualitativas

SUSEMILIANO

O programa que é um sucesso é aquele que cumpre escrupulosamente todos os seus passos, alheio ao que se passa em volta? Não. Dependendo do tal contexto dinâmico já referido, podem acontecer alterações nos factores externos que apelem para uma modificação dos objectivos iniciais e/ou da lógica do projecto, incorporando essas mudanças circunstanciais e contextuais. A capacidade de um projecto ser responsivo à mudança torna-se, desta forma, um dos factores críticos de sucesso, cuja importância se torna evidente nos casos particulares em que os programas procuram contribuir para conceitos complexos, subjacentes aos seus objectivos, como o incremento do bem-estar comunitário ou a sustentabilidade social, a título de exemplo.

Para além dos objectivos inicialmente propostos, da implementação de um projecto podem, em muitos casos, resultar benefícios sociais, bem como outros resultados indirectos não previstos. Obviamente que estes efeitos secundários, mesmo que bastante positivos, não podem significar *per se* o sucesso de um programa/projecto. É importante uma noção clara destes efeitos colaterais, sejam eles positivos ou negativos, nomeadamente no que respeita ao impacto social subjacente à dinamização de um projecto.

Apesar disso, a avaliação do sucesso de um programa não pode nem deve assentar numa apreciação das consequências inesperadas ou imprevistas. Há assim a necessidade de balancear os efeitos para se chegar a uma avaliação geral, evitando sobrevalorizar os efeitos secundários, mas sem os anular nem reduzir a sua importância. Facilmente se percebe que um programa cujos objectivos foram integralmente atingidos, mas que potenciou um vasto conjunto de efeitos secundários indesejáveis, não pode ser visto como globalmente positivo.

Imaginemos um projecto de reinserção social que atinge a sua finalidade social, mas que cria constrangimentos económicos gravíssimos que comprometem a sua sustentabilidade. A avaliação do sucesso/insucesso tem que ter em conta ambos os resultados e balanceá-los, de forma a chegar a uma análise realista.

Por outro lado, imagine-se, por exemplo, um projecto associado à criação de uma empresa, com objectivos meramente económicos para a empresa mas que, aliado a isso, gera um enorme impacto na localidade onde se instala, não só pela criação de postos de trabalho, como pelo desenvolvimento de infra-estruturas associadas à sua implantação e das quais a população passará a beneficiar. Deverão estes “efeitos secundários” ser ignorados na análise de sucesso deste

Questões abertas em questionários	Entrevistas em profundidade com informadores-chave	Entrevistas grupais	Grupos de discussão
Workshops, com exercícios individuais ou grupais.	Role-plays e outras dinâmicas grupais, como jogos.	Técnicas deliberativas, por exemplo painéis de peritos.	Análise documental
Entrevistas continuadas, <i>in loco</i> e “de sombra”	Contar de histórias	Foto-elicitación e outras técnicas por estímulos visuais.	Mapas mentais e diagramas de rede
Diários participativos	Observação, por vezes auxiliada por gravação.	Observação participativa e outras técnicas experienciais.	Registo em vídeo

A utilização de múltiplos métodos e técnicas de forma complementar e combinada é comum, útil e desejável.

projecto?

O impacto social não explica por si só o sucesso do projecto, mas não deve ser ignorado na avaliação do mesmo. Interessam avaliações assentes em abordagens holísticas, cujo equilíbrio entre o potencial para ganhos e prejuízos seja tido em conta e analisado, atendendo, para além dos objectivos estabelecidos, a possíveis efeitos secundários que deles decorram.

Um outro aspecto que não deve ser ignorado na avaliação de projectos prende-se com o facto de não podermos comparar meramente o antes e o depois. Não deve ser feita uma comparação, muitas vezes exclusivamente numérica, entre o antes e o depois do projecto. Concretizando, imagine-se um projecto no campo da educação sobre a prevenção do abandono escolar. Iniciado no ano x e finalizado no ano $x+1$, a sua avaliação não pode resumir-se à comparação de alunos que abandonaram a escola antes e depois de iniciado o programa. E não pode porquê? Há muitas variáveis a ter em conta quando se analisam comportamentos e fenómenos sociais.

Importa atender a múltiplos factores para perceber se o programa foi ou não bem sucedido, sendo determinante, muito mais do que uma lógica comparativa entre o antes e o depois, uma análise que reflecta o que teria acontecido na ausência da dinamização do projecto em causa. Isto porque, havendo até mais alunos nessa escola que abandonam o sistema de ensino de forma precoce, tal pode dever-se a factores que o programa não pode ambicionar controlar. Por exemplo, em contextos de crise económica, pode acontecer uma saída precoce da escolaridade para fins de auxílio económico do agregado familiar, podendo dar-se o caso de, mesmo sendo superior ao número de abandonos registados antes do programa, aquele número

estar aquém do expectável para o momento actual na ausência de intervenção.

Na lógica do referido inicialmente, a variável contexto assume uma relevância extrema, não podendo os fenómenos em análise serem completamente retirados do contexto e analisados individualmente. A abordagem holista, tendo em conta as múltiplas inter-rela-



A pesquisa qualitativa permite responder a questões a que as técnicas quantitativas não conseguem responder.

ções estabelecidas entre os fenómenos em análise, assume a sua importância. Desta forma, podemos depreender que a análise de um programa pode revelar-se positiva, mesmo que o resultado actual seja pior do que no início da intervenção, se o rigor contido na análise permitir clarificar outras alterações positivas decorrentes do programa, bem como um ganho comunitário que permita afirmar que, ainda assim, a comunidade está melhor do que estaria sem o programa. Falamos novamente de impacto social.

Seguindo na linha do impacto social, rapidamente podemos perceber que existem variáveis a ter em conta no domínio da avaliação do impacto que dificilmente são mensuráveis e, por isso mesmo,

nem sempre são incluídas nos processos de recolha de dados mais simplistas. Como chegar a estas variáveis que não se traduzem em médias, medianas ou percentagens?

Se um programa contribui para o bem-estar subjectivo da população, para uma percepção positiva da sua própria vida e do futuro, para um sentido de bem-estar comunitário ou para a noção de um projecto de vida satisfatório... Como avaliar estas dimensões? Chegamos, então, à ideia inicial de que “nem tudo o que conta pode ser contado”. A complexidade subjacente à avaliação de constructos complexos e subjectivos é acrescida pelo facto de, quando os objectivos de um projecto se reflectem em resultados desejados nestas dimensões, não procuramos por relações simples e lineares de causa-efeito, mas estamos no domínio da complexidade e multi-causalidade. O dinamismo na relação destes constructos apela para uma inovação avaliativa e para uma resposta mais holística e abrangente.

Há muito que se reflecte acerca da abordagem quantitativa e da melhor forma de responder aos seus limites. Se há autores que sublinham o seu potencial isolado e apelam para uma necessidade de refinar metodologias puramente quantitativas para responder aos desafios crescentes, outros autores há que invocam a abordagem qualitativa, com técnicas sólidas, robustas e validadas, sublinhando o seu potencial para chegar a informação imprevista e para responder à causalidade.

Há uma alteração progressiva nos conceitos chave desejados como evidências de resultados e conceitos. A credibilidade, a utilidade, a relevância vão ganhando terreno. Muitas vezes as técnicas qualitativas e os seus outputs respondem a este objectivo de forma mais eficiente, transmitindo a informação

de uma forma mais convincente e realista do que outras formas de evidência. A avaliação qualitativa recorre a um vasto leque de métodos e técnicas de pesquisa social, como os listados na imagem.

A utilização de múltiplos métodos e técnicas de forma complementar e combinada é comum, útil e desejável, até como meio para alcançar o conceito de triangulação da informação: diferentes métodos, com diferentes fontes de informação e diferentes perspectivas. Esta combinação de várias técnicas, feita de forma rigorosa e sistemática, é metodologicamente mais fiável e sólida.

Quantas pessoas devemos entrevistar? Qual deve ser a dimensão da amostra quando temos em mãos uma pesquisa qualitativa? A ideia não é generalizar à população, sendo a dimensão da amostra um conceito do campo quantitativo. Na pesquisa qualitativa importa chegar à saturação da informação. Ou seja, àquele ponto em que já não emerge informação nova e dissonante. Há normalmente um critério intencional de selecção dos chamados fazedores de opinião. Isto é, as pessoas tendem a ser seleccionadas deliberada e propositadamente em função das suas características e não aleatoriamente.

A abordagem da pesquisa qualitativa é significativamente diferente da abordagem subjacente à pesquisa quantitativa. Se alguns autores defendem as vantagens assentes numa abordagem, outros há que são apologistas da inversa. Em qualquer dos casos, a definição metodológica deverá depender dos objectivos da avaliação e adequar-se a eles.

A pesquisa qualitativa permite responder a questões a que as técnicas quantitativas não conseguem responder, havendo óbvias diferenças entre elas. Em resumo, e de uma forma simples e geral, podem ser referidas algumas considerações acerca da pesquisa qualitativa. Antes de mais, a tónica é colocada nos significados e nos “porquês”, tendendo o enfoque da investigação a assentar na compreensão de temas, mais do que na confirmação/refutação de hipóteses prévias.

Por outro lado, há uma busca da perspectiva interna, mais do que da externa. Ou seja, são auscultados os beneficiários e os informadores chave envolvidos no projecto. Centramo-nos na pessoa e não na variável, tendo subjacente, em muitos casos, uma perspectiva humanista ou fenomenológica. Mais do que incrementar apenas o conhecimento do investigador acerca do projecto ou realidade avaliados, a abordagem qualitativa procura, neste domínio, promover a aprendizagem conjunta entre os participantes no curso do processo avaliativo. É, em suma, holística, contextual, situada e emersa, procurando perceber em profundidade e proximidade e não à distância.

COMPUTAÇÃO

Desmistificar confusões em torno das nuvens privadas

1. As nuvens privadas não são virtualização. A virtualização de servidores e da infra-estrutura são bases importantes para a computação em nuvem privada. No entanto, a virtualização e a gestão da virtualização não são em si mesmas computação em nuvem privada.

A virtualização faz com que seja mais fácil congrega e realocar gradualmente e de forma dinâmica recursos de infra-estrutura (servidores, desktops, armazenamento, redes, middleware...). Contudo, a virtualização pode ser concretizada de várias formas, incluindo as máquinas virtuais, sistemas operativos, middlewares, software de abstracção de armazenamento, ferramentas de cluster, etc.

A computação em nuvem privada promove alguma forma de virtualização para criar serviços de computação em nuvem. A computação em nuvem privada é uma forma de computação em nuvem que é utilizada apenas por uma organização, ou que assegura que uma organização esteja completamente isolada das outras.

2. As nuvens privadas não se traduzem apenas em redução de custos. As organizações podem reduzir os seus custos operacionais com nuvens privadas. Estas últimas também permitem a realocação de recursos de uma forma mais eficiente para responder às necessidades das organizações, reduzindo, por exemplo, os gastos com hardware.

No entanto, as nuvens privadas requerem investimento em software de automação, pelo que a re-

dução de custos, por si só, poderá não justificar o investimento. Consequentemente, a redução de custos não é o principal benefício da computação em nuvem privada.

Os benefícios do auto-serviço, da automação subjacente à interface do auto-serviço, ou dos indicadores relativos à utilização são sobretudo a agilidade, a rapidez de resposta ao mercado, a capacidade de responder à procura dinâmica, ou a capacidade de aproveitar as oportunidades.

3. As nuvens privadas não estão necessariamente dentro da organização. A computação em nuvem privada é definida pela privacidade (como o próprio nome indica), e não pela sua localização, posse ou responsabilidade quanto à gestão.

Apesar da maior parte das nuvens privadas se encontrarem dentro da organização que servem (com base na evolução do investimento feito em virtualização), uma percentagem crescente de nuvens privadas será objecto de outsourcing, podendo localizar-se fora da organização que serve.

As nuvens privadas de terceiros passarão a ter uma definição mais flexível de "privacidade". A disponibilização de nuvens privadas por parte de terceiros poderá permitir a partilha de centro de dados por várias organizações, a partilha de equipamentos, ou mesmo a partilha de recursos de computação em nuvem e ao mesmo tempo garantir o isolamento (privacidade) através de redes privadas virtuais, por exemplo.



As nuvens privadas não se traduzem apenas em redução de custos.

4. As nuvens privadas não são apenas infra-estruturas sob a forma de serviço. A virtualização de servidores é uma grande tendência e, consequentemente, um dos principais facilitadores da computação em nuvem privada. No entanto, as nuvens privadas não estão limitadas a nenhuma forma de IaaS (Infrastructure as a Service, ou infra-estrutura sob a forma de serviço).

Por exemplo, nas ofertas orientadas para os testes e desenvolvimento de software, as propostas de plataformas sob a forma de serviço (ou PaaS – Platform as a Service) fazem mais sentido do que um simples serviço de máquina

virtual. Actualmente o segmento da computação em nuvem que regista maior crescimento é o das IaaS. Contudo, as infra-estruturas sob a forma de serviço só disponibilizam o nível mais baixo de recursos de centros de dados.

Os especialistas em desenvolvimento irão utilizar as PaaS para a criação de novas aplicações concebidas especificamente para a computação em nuvem, produzindo novos serviços que podem ser bastante diferenciadores comparativamente às velhas aplicações.

5. As redes privadas não serão eternamente privadas. Os analistas da Gartner sublinham que as redes privadas são apenas uma so-

lução temporária. Com o tempo, os serviços de nuvem pública irão tornar-se mais maduros, melhorando os níveis de serviço, a segurança e a gestão da conformidade. Irão assim surgir novos serviços de nuvem pública orientados para necessidades específicas.

Por sua vez, algumas nuvens privadas serão transpostas completamente para a nuvem pública. Contudo, a maior parte dos serviços de nuvem privada irão evoluir para permitirem computação em nuvem híbrida, expandindo a capacidade das nuvens privadas para disponibilizarem serviços de nuvem pública e recursos de terceiros.

Mercado mundial dos serviços de computação

De acordo com as previsões da Gartner, os serviços da computação em nuvem pública deverá registar um crescimento de 19,6 por cento em 2012, totalizando 109 mil milhões de dólares americanos. Os serviços de processos de negócio (também conhecidos pela designação de business process as a service, ou BPaaS) representam o maior segmento deste mercado, sendo responsáveis por cerca de 77 por cento do mercado total.

No entanto, as infra-estruturas sob a forma de serviço (IaaS) são o segmento do mercado dos serviços de nuvem pública que regista maior crescimento, devendo registar um crescimento de 45,4 por cento em 2012.

O segmento BPaaS deverá representar 84,2 mil milhões de dólares americanos em 2012, depois de em 2011 ter representado 72 mil milhões de dólares americanos. O segundo maior segmento do mercado dos serviços de nuvem pública é o SaaS (software as a service), devendo representar 14,4 mil milhões de dólares americanos em 2012. O segmento IaaS deverá crescer dos 4,3 mil milhões de dólares americanos registados em 2011 para 6,2 mil milhões este ano. Em 2010 o segmento de mercado IaaS repre-

sentava menos de um terço do segmento SaaS, mas em 2016 estes dois segmentos do mercado dos serviços de nuvem pública deverão apresentar valores idênticos.

O crescimento dos serviços de infra-estruturas aplicacionais (também conhecidos por plataformas sob a forma de serviço, ou PaaS) também será elevado, embora se deva manter um segmento de mercado mais pequeno do que os referidos anteriormente.

Os serviços PaaS são estratégicos e considerados como impulsionadores de crescimento para outros segmentos do mercado dos serviços de nuvem pública, incluindo o BPaaS e o SaaS. O segmento PaaS deverá representar 1,2 mil milhões de dólares americanos em 2012.

Por sua vez, o segmento dos serviços de segurança e de gestão em nuvem, que incluem serviços de segurança, gestão de operações de tecnologias de informação e gestão do armazenamento (incluindo serviços de backup e de recuperação) deverá representar 3,3 mil milhões de dólares em 2012.

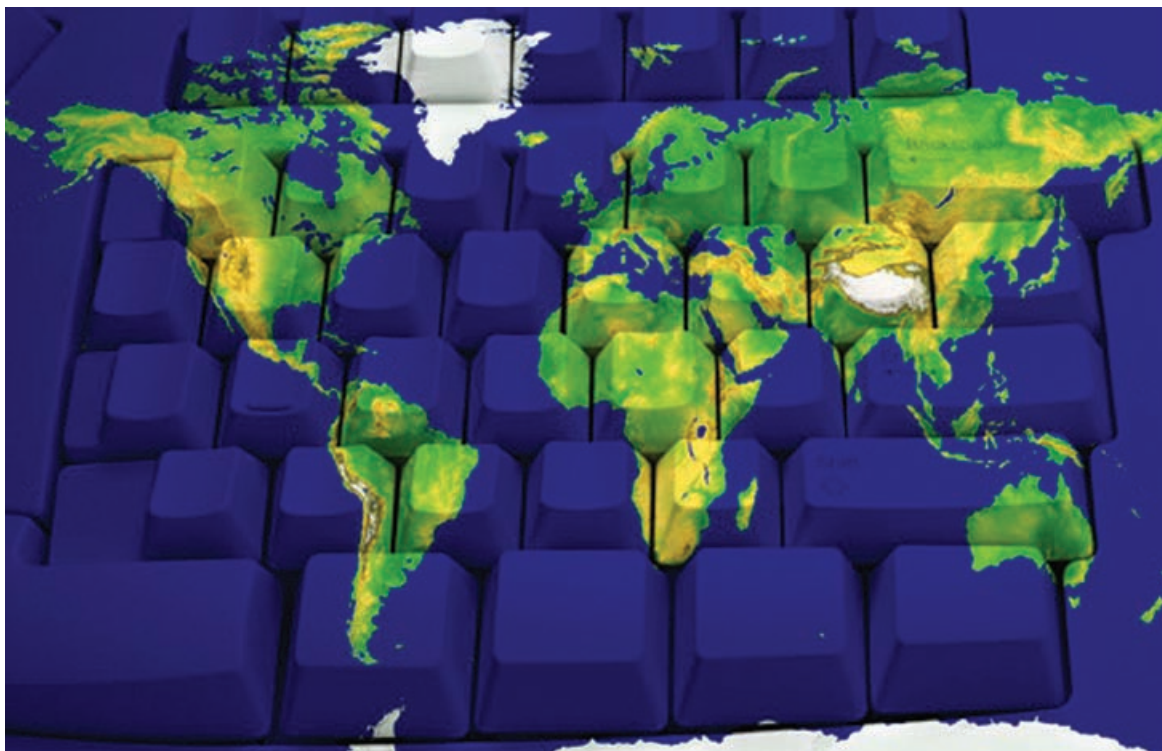
A América do Norte é a região do globo com maior peso no mercado dos serviços de nuvem pública. No entanto, a Gartner espera

que o maior crescimento deste mercado se registe na região da Ásia/Pacífico (incluindo a Índia e a Indonésia), seguindo-se a China, Eurásia (incluindo a Rússia) e a América Latina (com destaque para a Argentina, México e Brasil). O menor crescimento deverá registar-se na Europa Ocidental, sobre-

tudo devido à crise económica na zona euro, mas também em países como o Japão.

A região da América do Norte deverá ser responsável por 61 por cento de todo o crescimento do mercado dos serviços de nuvem entre 2010 e 2016, seguindo-se a Europa Ocidental com 17 por cen-

to. Fica assim claro o domínio destas duas regiões no desenvolvimento, disponibilidade e adopção dos serviços de computação em nuvem. O total do mercado mundial dos serviços de computação em nuvem foi de 91,4 mil milhões de dólares americanos em 2011, mas deverá representar 206,6 mil milhões de dólares americanos em 2016, de acordo com as previsões dos analistas da Gartner.



A América do Norte é a região do globo com maior peso no mercado dos serviços de nuvem pública.

UNIVERSIDADE DIGITAL

O que é um ambiente de aprendizagem pessoal

JORGETEIXEIRA

Começa a perceber-se que um PLE é, então, um sistema de ajuda ao controlo e à gestão da aprendizagem. Um sistema que inclua a definição de objectivos de aprendizagem, a gestão dos conteúdos e dos processos e a comunicação com os outros. Este sistema pode ainda ser constituído por vários subsistemas: um ou mais serviços disponíveis na Web, utilização das redes sociais, uma ou várias contas de correio electrónico, a utilização de espaço na cloud (computação em nuvem) e, deste modo, permitir uma melhor organização do espaço de aprendizagem. Podem ainda incluir-se outros recursos, tais como livros, revistas e outros tipos de periódicos, endereços preferidos na Web, bibliotecas virtuais, etc.

De acordo com Jordi Adell (@jordi_a no Twitter), um PLE é constituído por três partes: as ferramentas que cada um escolhe para a sua aprendizagem, os recursos e as fontes de informação, e a PLN (Personal Learning Network) ou rede pessoal de aprendizagem que cada um vai construindo. Daí que seja necessário seguir determinados passos para criar um PLE.

1. Crie uma conta no Twitter e siga pessoas interessantes (aconselhamos @jordi_a, em Espanha, @pgsimões em Portugal);
2. Partilhe as suas ideias;
3. Subscriba via RSS alguns blogs e outras fontes de informação;
4. Crie o seu próprio blogue, escreva e partilhe as suas ideias;
5. Referencie e partilhe os seus favoritos (aconselhamos o diigo);
6. Participe nas redes sociais.

Existem outras formas mais complexas de participação, mas caberá a cada um seguir o seu caminho e fazer as suas opções.

Alguns outros aspectos a ter em conta podem também ser úteis. Por exemplo, convém começar com calma, passo a passo, se possível

com a ajuda de alguém. Convém ter uma única identidade para todos os serviços. Convém partilhar (perguntar e responder). Convém testar as ferramentas antes de usá-las. Devem respeitar-se as normas e as regras de utilização da rede. A título de exemplo, e apenas isso, deixamos o PLE de David Hopkins, que pode ser encontrado em: www.dontwasteyourtime.co.uk/wp-content/uploads/2009/12/DavidHopkins-PLE.jpg.

A sociedade do conhecimento impõe novas formas de aprender e de ensinar. Aprender ao longo de toda a vida é uma nova exigência que decorre dos novos paradigmas sociais. Como temos vindo a focar nesta coluna, essa aprendizagem está agora centrada no indivíduo e por isso passamos a ser os responsáveis pela nossa própria aprendizagem, o que implica elaborar sistemas para aceder à informação, participar em grupos sociais com profissionais e peritos, debater temas do interesse dos grupos, cooperar, aprender e ensinar. Ou seja, criar uma rede pessoal de aprendizagem (PLN), que abordámos atrás e de que falaremos noutra oportunidade.

Os PLE permitem o crescimento pessoal e profissional e podem ser preparados por qualquer pessoa que queira aprender e para isso esteja disponível. O uso dos PLE proporciona ainda a constante actualização pessoal e potencia a utilização de novas tecnologias, para além de estimular a colaboração e a reflexão.

Há, no entanto, uma nova necessidade, que consiste em que as pessoas adquiram competências digitais para poderem elaborar os seus PLE e para serem competentes para:

- Utilizarem os recursos de comunicação e informação;
- Pesquisarem e avaliarem a informação, reflectirem sobre o conteúdo dos dados levantados (o desenvolvimento do espírito crítico é fundamental);
- Gerarem informação e disponibi-



O PLE de David Hopkins pode ser encontrado em: <http://www.dontwasteyourtime.co.uk/wp-content/uploads/2009/12/DavidHopkins-PLE.jpg>.

lizá-la através de diversos suportes (texto, imagem, som);

- Participarem nas redes sociais com profissionais e ou especialistas;
- Terem disponibilidade para aprender ao longo da vida.

Como também temos vindo a referir, trata-se afinal de gerir a mudança. Esta é certa, constante e cada vez mais acelerada. Os ambientes pessoais de aprendizagem permitem que as pessoas se tornem mais independentes, mais autónomas e com maior capacidade de resposta e

adaptação.

Mais importante do que saber o que é um PLE, será perguntar para quê um PLE? A resposta é a seguinte: porque estamos sujeitos a processos contínuos de mudança e existe a necessidade de nos adaptarmos rapidamente. E porque se trata de uma nova forma de aprender. Comece já a fazer o seu. Há empresas, universidades e pessoas que nos oferecem vários PLE, vários modelos, várias dinâmicas. Pode observar vários em <http://edtechpost.wikispaces.com/PLE+Di>

agrams. Escolha, copie, mas por favor, invente.

O conceito de PLE parte do pressuposto de que cada um resolve o quê (aprender), quando, onde, como e porque quer aprender algo. Há sempre que desconfiar de alguém que quer definir o nosso ambiente de aprendizagem, já que é algo pessoal e variável, com uma organização inicial simples, mas que vai aumentando progressivamente de complexidade e tem como objectivo principal facilitar a aprendizagem individual.

Cuidado com as classificações e análises compradas nas redes sociais

Um pouco por todo o mundo está a aumentar a confiança dos consumidores nas redes sociais, incluindo as classificações e as análises apresentadas. Muito deste trabalho de classificação e análise ainda é genuíno e desinteressado, mas a Gartner prevê que em 2014 já se note uma grande diferença, com as empresas a pagarem cada vez mais para que essas análises e classificações sejam manipuladas. Isto fará com que 10 a 15 por cento dessas análises e classificações sejam falsas, manipuladas por interesses comerciais, com empresas a pagarem a pessoas e aos responsáveis pelas redes sociais para obterem classificações e análises positivas.

Na opinião de Jenny Sussin, analista na Gartner, o facto de cerca de metade da população Internet estar também nas redes sociais

faz com que as organizações procurem novas formas de se promoverem, gerando mais acessos a vídeos, “comprando” análises e classificações mais favoráveis, e “pedindo” mais likes para as suas páginas do Facebook. Ou seja, o que começou por ser algo intrinsecamente genuíno está a transformar-se em algo comprável e manipulável, perdendo credibilidade para os mais atentos a este fenómeno.

Já parou um pouco para pensar que o número de acessos a alguns vídeos do YouTube pode já não ter sempre aquele carácter espontâneo a que nos habituámos? Muitos profissionais de marketing estão a pagar para gerar mais acessos e para se criarem vídeos com alguma forma de interesse comercial, mais ou menos encapotada. Este interesse comercial pode traduzir-se na tentativa de aumentar as vendas

ou aumentar a lealdade dos clientes, por exemplo.

Evidentemente, as organizações que optam por este tipo de manipulações de forma encapotada são objecto de condenação pública, ou mesmo condenação financeira. Por exemplo, em 2009 a FTC (Federal Trade Commission), um organismo americano que procura regular o comércio, determinou que o pagamento para obter análises e classificações positivas, sem deixar claro que essa manipulação foi paga, será considerado uma prática de publicidade desonesta, ficando assim sujeita a processos judiciais.

Os profissionais de marketing, os responsáveis das empresas pelo serviço a clientes e os gestores das redes sociais que queiram pagar para obterem análises e classificações positivas, ou maior número



Os profissionais de marketing, os responsáveis das empresas pelo serviço a clientes e os gestores das redes sociais que queiram pagar para obterem análises e classificações positivas, ou maior número de “likes” para melhorarem a sua reputação, terão que pensar primeiro nas consequências negativas que isso poderá vir a ter a médio e longo prazo.

de “likes” para melhorarem a sua reputação, terão que pensar primeiro nas consequências negativas que isso poderá vir a ter a médio e longo prazo. Na realidade, o que à partida poderia ser pensado

para aumentar a notoriedade de uma marca e/ou empresa, poderá transformar-se em perda de credibilidade, de notoriedade, de confiança por parte dos consumidores e mesmo em quebra das vendas.

CENTRO DE ESTUDOS, INQUÉRITOS E SONDAGENS

De forma a suportar e apoiar as estratégias de Gestão e Marketing das organizações, o CEIS tem investido na realização de estudos regulares, que oferecem uma visão global do mercado.

Para 2012, O CEIS desenvolve os seguintes estudos regulares: **Barómetro Banca**, **Barómetro Seguros**, **Barómetro Telecomunicações** e **Clipping**.

Os **Barómetros** são uma ferramenta de trabalho bastante útil, uma vez que disponibilizam indicadores essenciais para as decisões organizacionais das empresas associadas a um dado sector. Com uma periodicidade anual, são estudos multicliente, com um preço de aquisição mais acessível relativamente às pesquisas *ad hoc*.

O serviço de **Clipping** do CEIS apresenta-se como um instrumento inovador de gestão, dado que, além da recolha mensal de notícias e da análise da notoriedade organizacional, realiza a análise temática de conteúdo por assuntos dominantes publicados na imprensa escrita nacional e internacional.

www.sinfic.com/ceis



ESTUDOS REGULARES 2012

CLIPPING



BARÓMETRO BANCA



BARÓMETRO SEGUROS



BARÓMETRO TELECOMUNICAÇÕES

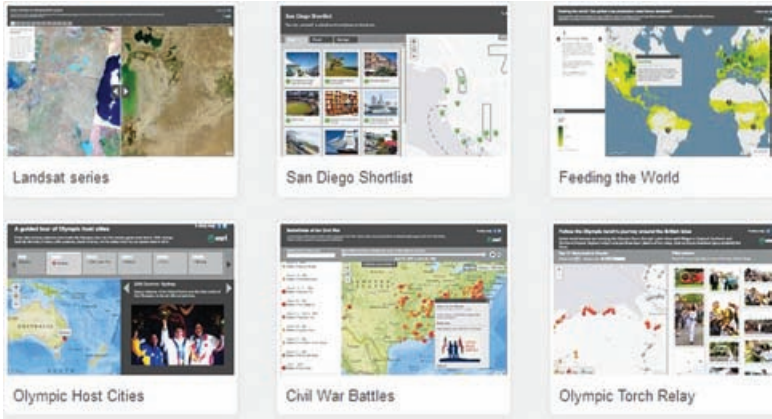


CEIS

Centro de Estudos
Inquéritos e
Sondagens

EUE ANGOLA 2012

Um mapa para cada história e outras apresentações



Explorar o mundo com mapas. Os mapas podem contar-nos muitos tipos de histórias.

LUIZCOUTINHO

Os mapas contam-nos muitos tipos de histórias. Podem resumir uma situação, traçar uma rota, ou mostrar mudanças ao longo do tempo. Podem mostrar as causas e os efeitos de um determinado fenómeno e revelar inter-relações entre acontecimentos passados, de forma que seja possível prever o impacto no futuro. Os mapas podem mostrar padrões de movimento, ou comparar e contrastar lugares. Podem ajudar as pessoas a fazer planos, a prever ou modelar o futuro, e apoiar na tomada de decisões. Podem explicar, revelar e até divulgar uma ideia.

Algumas histórias e mapas são relativamente simples, tais como mapas do tipo “você está aqui”. Outros mapas são mais complexos, como por exemplo as causas e os efeitos da seca, ou a relação entre padrões de desemprego e rendimento de um determinado grupo de pessoas.

“Um mapa para cada história” é o tema do EUE Angola 2012 – Encontro de Utilizadores ESRI em Angola 2012, que se realizará no próximo dia seis de Novembro. Trata-se do maior evento anual de Sistema de Informação Geográfica em Angola e procura justamente apresentar a importância dos mapas nas nossas vidas.

Quando falamos de mapas e de histórias, falamos da capacidade que os produtos ESRI têm para criar e partilhar mapas de todos os tipos e nas mais diversas plataformas, como os tradicionais mapas impressos, os utilizados na tecnologia móvel (como GPS e smartphones), ou mesmo no ambiente Web, com as suas infinitas possibilidades. Uma história contada através de um mapa significa, não somente um mapa pessoal, mas também mapas que apresentam características únicas de cada negócio ou instituição pública, como o cen-

so demográfico de um país, ou o aumento da produção de petróleo e gás, por exemplo.

Os encontros e conferências de utilizadores ESRI que têm lugar um pouco por todo o mundo têm contribuído para uma expressiva geração de conhecimento, proporcionando a criação de oportunidades de negócios para os participantes nesses eventos. O EUE Angola 2012 será um evento direccionado para apresentações práticas e ricamente ilustradas, de forma a mostrar como a tecnologia ArcGIS pode ajudar cada pessoa ou instituição a contar a sua história.

Para aceder ao programa completo do EUE Angola 2012 basta aceder ao site www.eueangola.com, onde poderá encontrar a programação completa do evento e assistir ao vídeo sobre o mesmo.

Veículo aéreo não tripulado e casos práticos em Angola

O veículo aéreo não tripulado estará em exposição durante o evento EUE Angola 2012, conjuntamente com casos práticos de aplicação em Angola sobre levantamentos aéreos. Os casos práticos serão apresentados em workshops.

A apresentação “Veículo Aéreo Não Tripulado e Classificação no ArcGIS” irá demonstrar a revolução que está a decorrer na área dos levantamentos aéreos com a utilização desta nova tecnologia, agora também disponível em Angola. Os detalhes desta apresentação incluem a apresentação das caracte-

rísticas técnicas do veículo aéreo não tripulado, e informação sobre o planeamento de voo, o levantamento aéreo e o processamento de imagem no ArcGIS (incluindo a extracção automática de edificado com a ferramenta Image Classification, o processamento de mosaico e a representação 3D no ArcScene 3D Analyst a partir do DEM e do Mosaico).

Sobre este assunto pode ver um vídeo no Youtube através do endereço www.youtube.com/watch?v=7-GI9vt0CxY. Para se inscrever no evento pode utilizar o número de telefone 914 52 69 07 ou o site www.eueangola.com.

Aprenda a otimizar os seus croquis de localização

O evento EUE Angola 2012 contará com uma série de apresentações. Uma das apresentações em destaque dá pelo nome “Croqui de



Pode ver um vídeo no Youtube sobre veículos aéreos não tripulados através do endereço www.youtube.com/watch?v=7-GI9vt0CxY.

Localização no ArcGIS 10.1”. Ao assistirem a esta apresentação, os visitantes irão descobrir como podem otimizar e enriquecer os seus croquis de localização utilizando uma grande variedade de mapas de base disponíveis na versão 10.1 do ArcGIS, nomeadamente imagens de satélite, mapas topográficos e mapas híbridos. Tudo isso está ao alcance de apenas um clique.



No evento EUE Angola 2012 os visitantes irão descobrir como podem otimizar e enriquecer os seus croquis de localização utilizando uma grande variedade de mapas.

Lançamento do Photoshop CS6 e do CS6 Extended

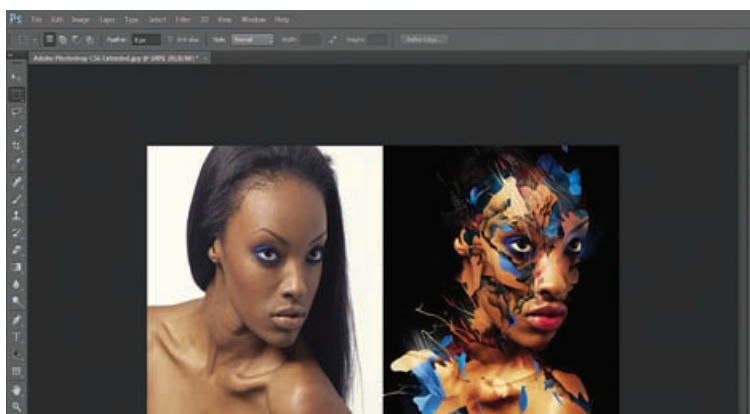
RICARDO SILVA

O Photoshop CS6 e o Photoshop CS6 Extended estão mais rápidos e poderosos do que nunca e oferecem as ferramentas criativas necessárias para realizar manipulações avançadas, bem como para desenhar e editar conteúdos com movimento e compor imagens.

O software ajuda os utilizadores a corrigir imagens com controlo de resultados excepcionais, com edição em tempo real e uma sensação de fluidez alimentada pelo novo Mercury Graphics Engine. Proporciona igualmente facilidade em edição de vídeo e permite realizar o mapeamento automático de tom e nitidez, ou utilizar ferramentas de desenho mais avançadas para obter melhores resultados com menos etapas.

Os profissionais criativos irão dispor de uma interface moderna e eficiente que está focada apenas nas imagens. Além disso podem sincronizar as configurações e preferências para fluxos de trabalho consistentes em diversos dispositivos por meio da Adobe Creative Cloud.

Na opinião de Eric Lynn, diretor criativo da Trek Bicycle, “como o Adobe Photoshop CS6, a Trek conta com novas e poderosas ferramentas de design que ajudam a realizar



O Photoshop CS6 e o Photoshop CS6 Extended disponibilizam novas ferramentas de tratamento de imagem para a obtenção de resultados sem precedentes.

a nossa visão criativa com mais agilidade e controlo. A velocidade do novo Mercury Graphics Engine é simplesmente incrível e dá-nos a possibilidade de visualizar os resultados instantaneamente e cumprir com os nossos prazos extremamente apertados. É comum trabalhar com arquivos pesados que incluem mais de 500 camadas e a capacidade de realizar pesquisas em todas essas camadas – e continuar a trabalhar enquanto gravamos um documento grande – é fundamental para nosso fluxo de trabalho e economiza muito tempo”.

O Photoshop CS6 inclui várias novas funcionalidades, nomeada-

mente:

- Content-Aware Patch, que permite maior controlo para seleccionar a área de amostra usada para criar uma correcção;
- Adobe Mercury Graphics Engine, que utiliza a unidade de processamento gráfico (hardware) para acelerar o trabalho de edição de imagem e processa imagens maiores mais rapidamente;
- Design Tools novas e reestruturadas, permitindo que os estilos de fontes possibilitem uma formatação consistente, que as camadas de vectores apliquem traços e acrescentem gradações aos objectos, que os traços personalizados e as linhas

tracejadas sejam fáceis de criar, ou que a procura de camadas seja rápida, entre outras funções;

- Intuitive Video Creation, disponibilizando uma grande variedade de ferramentas já conhecidas do Photoshop e um conjunto intuitivo de novas ferramentas de vídeo para criar e aperfeiçoar qualquer videoclip;
- Blur Gallery, que se traduz numa nova interface mais simples com controlo sobre imagens, permitindo que os utilizadores criem rapidamente efeitos fotográficos distorcidos, incluindo efeitos tilt-shift, tudo distorcido com um ponto focal, ou variar a distorção entre vários pontos focais.

O Photoshop CS6 Extended inclui todas as funções do Photoshop CS6 e acrescenta:

- Mercury Graphics Engine para 3D, que introduz mais potência e velocidade com o motor optimizado para imagens 3D;
- Controlos Manuais 3D, que é uma interface mais avançada para fluxos de trabalho 3D mais eficientes;
- Novos Efeitos 3D, disponibilizando reflexos e sombras “arrastáveis” para melhorar as imagens.

Adobe Creative Cloud e imagem digital

A Adobe Creative Cloud oferece

aos profissionais criativos uma nova opção para adquirirem e experimentarem softwares inovadores da Adobe, incluindo o Photoshop CS6. Concretamente, oferece aos designers com subscrição a possibilidade de importarem e instalarem todos os novos aplicativos da versão CS6 que a Adobe anunciou recentemente, bem como dois novos produtos que geram arquivos HTML5 (o Adobe Muse e o Adobe Edge).

A Creative Cloud possui ainda uma forma de integrar aplicativos criativos de tablet, como o Photoshop Touch, nas rotinas de trabalho dos profissionais desta área. Os utilizadores também podem sincronizar e armazenar arquivos na nuvem, acedendo aos mesmos a partir de qualquer dispositivo. Paralelamente, os utilizadores da Creative Cloud serão capazes de fornecer aplicativos móveis para os sistemas operativos iOS e Android, bem como publicar, gerir e alojar sites.

Os associados da Creative Cloud também passarão a ter acesso a actualizações de aplicativos, incluindo os novos recursos do Photoshop (antes destes serem lançados como parte de uma nova grande actualização), bem como os novos produtos e serviços criativos à medida que forem surgindo. O Adobe Photoshop Lightroom 4 será disponibilizado em breve como parte da Creative Cloud.

COMÉRCIO ELECTRÓNICO

Investimento em iniciativas móveis

De acordo com um estudo de mercado da Shop.org e da Forrester Research, designado por State Of Retailing Online, os retalhistas mantêm-se prudentes quanto ao investimento financeiro em iniciativas móveis. Entre os retalhistas inquiridos, metade (50 por cento) afirmaram que gastaram menos de 100 mil dólares americanos em investimentos relacionados com smartphones em 2011, enquanto 74 por cento gastaram uma quantia idêntica em iniciativas relacionadas com tablets.

Relativamente ao ano de 2012, esses números subiram, mas mantêm-se conservadores, segundo os autores do estudo. Contudo, as empresas mostram a vontade de aumentarem o seu investimento em iniciativas relacionadas com os tablets. Em média, os retalhistas planeiam investir 207 mil dólares americanos em 2012, comparativamente com os cerca de 55 mil dólares americanos gastos em 2011.

A verdade é que o retalho móvel ainda está numa fase inicial. À medida que aumentar a utilização das tecnologias móveis, os retalhistas também tenderão a investir mais nesta área, em tecnologias que se adequem aos compradores. Entretanto terão que



As empresas mostram a vontade de aumentarem o seu investimento em iniciativas móveis.

delinear bem a sua estratégia, de modo a darem passos calculados e inteligentes para maximizarem a experiência de compra através de equipamentos móveis, tendo em conta, não só o presente, mas

também o futuro.

Apesar de considerarem os valores algo conservadores, os responsáveis pelo estudo de mercado constataram que existem actualmente mais retalhistas com

iniciativas móveis do que no ano passado. No ano fiscal de 2011, uma percentagem de 18 por cento dos inquiridos afirmaram que a sua empresa não tinha realizado qualquer investimento em iniciativas relacionadas com os tablets, enquanto 14 por cento disse o mesmo relativamente aos smartphones. No inquérito deste ano só nove por cento afirmaram que não iriam realizar nenhum investimento relacionado com tablets ou com smartphones.

Outras preocupações

Paralelamente ao que foi dito atrás, os retalhistas também estão a apostar em tecnologias destinadas a uma utilização dentro das próprias lojas, nomeadamente pontos de venda móveis. De igual modo, estão a apostar no aperfeiçoamento e optimização dos seus sites com funcionalidades para os compradores que gostam de utilizar smartphones ou tablets.

Segundo o estudo, 45 por cento dos inquiridos já tinham implementado ou planeavam implementar recibos electrónicos nas suas lojas nos próximos dois anos. Ao mesmo tempo, 57 por cento dos inquiridos afirmaram que já tinham ou que iriam ter

opções de ponto de venda móvel nas suas lojas nos próximos dois anos.

Uma vez que a maior parte do tráfego Web dos retalhistas provém de browsers, mesmo quando existe uma aplicação móvel e é promovida a sua utilização, os retalhistas estão a concentrar a sua atenção na optimização das funcionalidades dos sites móveis, dado que esta via representa uma solução com menos custos comparativamente à criação de aplicações. Seis em cada dez das empresas inquiridas (60 por cento) afirmaram ter um site móvel especial optimizado para browsers Web.

Vários desafios inerentes às iniciativas móveis

Quando foi perguntado aos inquiridos quais os maiores desafios internos relativamente ao desenvolvimento e à gestão das suas iniciativas móveis, as respostas evidenciaram um aprofundamento dos problemas. Seis em cada dez inquiridos (60 por cento) responderam que os seus objectivos de negócio para iniciativas móveis não eram claros, enquanto 40 por cento referiram a falta de experiência em áreas como a orientação para formatos de smartphone e de tablets.

Adicionalmente, 36 por cento afirmaram que uma das suas principais preocupações era conseguir orçamentos adequados para iniciativas móveis, incluindo recursos humanos.

A grande aposta da Microsoft com o Windows 8

A Microsoft tem vivido muito à sombra do Windows e do Office, dado que estes dois produtos são responsáveis pela maior parte das receitas e lucros da companhia. Com base nesta realidade, os analistas da Gartner acham que a Microsoft está a apostar alto com a disponibilização do novo Windows 8 e os próximos meses mostrarão os resultados dessa aposta.

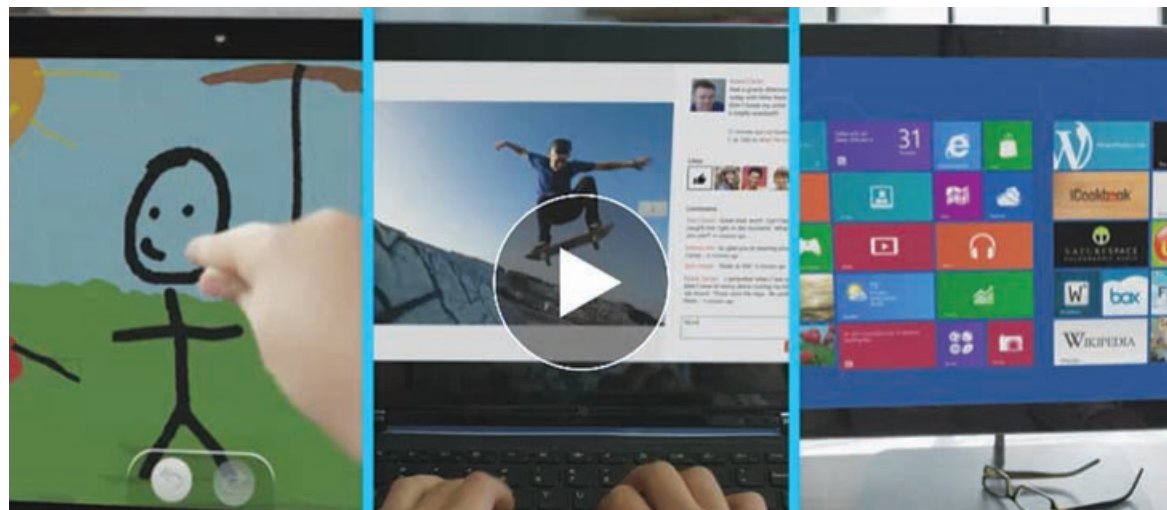
No entanto, a Microsoft não tinha outro caminho, dado que o mundo está a passar do domínio dos computadores pessoais (PCs), onde o Windows era quase monopolista, para outro em que os equipamentos móveis são bastante diversificados e contam actualmente com sistemas operativos que deixam ao Windows uma quota de mercado quase residual.

Na opinião de Michael Silver, analista na Gartner, quando os PCs dominavam a computação pessoal, constituindo-se como o único equipamento para trabalhar, para trocar mensagens (incluindo o correio electrónico), para aceder à Internet, ou para nos divertirmos com jogos, o Windows conferia um grande poder à Microsoft. No entanto, os smartphones e os tablets vieram alterar a forma como as pessoas trabalham, comunicam e se divertem, transformando os PCs em apenas mais um equipamento que pode ser utilizado para esses fins.

Como o Windows não acompanhou a mudança de contexto com a mesma rapidez que outros sistemas operativos, nomeadamente o Android da Google e o iOS da Apple, a Microsoft viu esfumar-se uma grande parte do seu poder no mundo da computação, correndo o risco de perder mesmo o comboio do futuro.

É neste contexto que surge o Windows 8, representando a tentativa da Microsoft em apanhar o comboio do mercado dos tablets e dos smartphones. Voltando à opinião de Michael Silver, este considera que a abordagem da Microsoft é muito diferente daquela que é seguida pela Apple e pela Google, dado que a primeira vem dos PCs para conquistar quota de mercado nos tablets e nos smartphones, enquanto as duas últimas estão orientadas claramente para estes tipos de equipamentos, apesar da Apple também comercializar computadores pessoais.

Um outro analista da Gartner, Steve Kleynhans, referiu que o Windows 8 não é mais uma versão do sistema operativo da Microsoft. É antes o início de uma nova era para a companhia fundada por Bill Gates. Em 1993 iniciou a era Windows NT, que agora começa a desvanecer-se, substituída pela nova era Windows RT. Como refere Steve Kleynhans, parece que estas eras da Microsoft duram cerca de 20 anos,



A Microsoft está a apostar alto com a disponibilização do novo Windows 8 e os próximos meses mostrarão os resultados dessa aposta.

pelo que a era agora iniciada pelo Windows 8 deverá ficar para durar.

Evidentemente, qualquer grande mudança coloca alguns riscos a qualquer empresa, por mais poderosa que seja em termos comerciais. Mas se olharmos para trás, constatamos que o Windows Vista nunca conseguiu alcançar grande sucesso. A Gartner estima que só oito por cento dos seus clientes utilizam o Windows Vista. Falta saber agora como se vai comportar o Windows 8 em termos de mercado.

A nova interface com o utilizador de tipo Metro, que apresenta botões grandes para facilitar a utilização táctil e elimina a possibilidade de regressar ao familiar Windows Desktop, é provavelmente um dos as-

pectos que tem provocado maior controvérsia relativamente ao Windows 8. Será certamente apropriado para equipamentos como os smartphones e os tablets (onde a utilização táctil é predominante), mas será que vai ser bem aceite pelos utilizadores de desktops e de notebooks? Recorde-se que estes equipamentos representam a maior parte do mercado dos computadores pessoais.

A Gartner considera que se o Windows 8 tiver sucesso nos tablets, terá também vários impactos nas organizações. A variedade de escolhas disponíveis colocará novos desafios aos departamentos de TI (tecnologias de informação) das organizações, uma vez que deixa-

ção de "impor" quais os produtos que podem ser utilizados pelos funcionários e quais os que os que não podem ser utilizados. A fronteira entre equipamentos para fins profissionais e para fins pessoais tenderá a esfumar-se cada vez mais, obrigando a um esforço maior de integração, de manutenção e de suporte. Mesmo assim, as empresas terão que decidir se querem criar aplicações expressamente para o Windows 8 e Metro, para iOS, ou se preferem adoptar posições mais neutras. A estratégia (ou estratégias) de licenciamento da Microsoft também será um aspecto importante para muitas organizações, dado que pesa de forma significativa no orçamento de TI.

O maior evento em Sistema de
Informação Geográfica -
ArcGIS em Angola.



EUEAngola2012
Encontro de utilizadores ESRI

EUEAngola2012

**Novidades:
ArcGIS 10.1**

“UM MAPA PARA CADA HISTÓRIA”

6 de Novembro Seminários | Workshops | Ilhas Técnicas

Hotel Convenções de Talatona - HCTA



**Antecipe a sua inscrição
e garanta o seu lugar!**



Rua Kwame Nkrumah,
nº10, 4º piso
Maianga - Luanda
Angola

Contactos:

Site: www.eueangola.com

Email: esri@sinfic.com

Terminal: +244 922 392 717 | +244 914 399 491



Facebook: ArcGIS Angola
Twitter: @ESRI_SINIFIC