



INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO

SENIORS IN SECOND LIFE

**Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Educação do
Instituto Politécnico de Santarém para a Obtenção do grau de Mestre em
Educação e Comunicação Multimédia**

Por

Alexandra Pinto

Sob a orientação de

Professora Doutora Maria da Costa P. Franco Barroso Santa Clara Barbas

Santarém

2010

ÍNDICE

ÍNDICE.....	i
LISTA DE GRÁFICOS	ii
LISTA DE FIGURAS	iii
LISTA DE QUADROS.....	iii

INTRODUÇÃO

PARTE I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1. SOCIEDADE ONDE HABITA E SE MOVIMENTA O <i>HOMO ZAPIENS AVATARUS</i> ..	3
1.1. Suportes de inclusão para a sociedade digital	3
1.2. E-skills em Second Life	8
1.3. Second Life: Potencialidades pedagógicas, Vantagens e Desvantagens...	11

PARTE II – METODOLOGIA DO PROJECTO TECNOLÓGICO

2. ESTUDO ETNOGRÁFICO	16
2.1. Caracterização do Estudo	16
2.2. Actividades Preparatórias	17
2.2.1. Questões e Objectivos	17
2.2.2. Actividades preparatórias por parte dos Formadores	18
2.3. Caracterização dos participantes: público-alvo	20
2.4. Plano de Actividades	22
2.5. Aplicação do Método	23

PARTE III - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

3.1. Sujeitos participantes	26
3.2. Caracterização da formação.....	27
3.3. Resultados das grelhas de observação comunicativa	28

Índice

CONCLUSÃO DO PROJECTO	35
REFLEXÃO CRÍTICA.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
LIGAÇÕES À INTERNET POR ORDEM DE APRESENTAÇÃO DO TEXTO ESCRITO..	43

ANEXOS

ANEXO 1 – INQUÉRITO.....	1
ANEXO 2 – REDES SOCIAIS	1
ANEXO 3 – ABORDAGEM TEÓRICA EM SECOND LIFE	1
ANEXO 4 – 7ºPOLIEMPREENDE	1
ANEXO 5 – JORNAL SESIMBRENSE ANEXO 5 – JORNAL SESIMBRENSE	1
ANEXO 6 – Model and Template for Assessment of Social Presence.....	1
ANEXO 7 - QUESTIONÁRIO	1

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Projecções da População residente em Portugal entre 2008 e 2060; Fonte: INE.....	5
Gráfico 2 - Previsão de indivíduos que utilizam Internet (%) por Grupo etário – Anual entre 2005 e 2016. Fonte: Adaptado de INE.....	6
Gráfico 3 - Ferramentas de comunicação online que Utilizam.....	21
Gráfico 4 - Idade dos Participantes	26
Gráfico 5 - Opinião dos Participantes	34
Gráfico 6 - Opinião dos Participantes	34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Homo Zappiens	8
Figura 2 - Seniores assistirem à formação de um Tsunami	10
Figura 3 - Apresentação em PowerPoint no SL.....	13
Figura 4 - Calendarização das Actividades.....	22
Figura 5 - Tsunami - Ilha Okeanos	27
Figura 6 - Ilha Freebies, seniores a comprar roupas	28
Figura 7 - Primeira Sessão no SL	30
Figura 8 - Segunda Sessão no SL.....	31
Figura 9 - Snapshot recolhida no segundo encontro.	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Objectivos Gerais das Sessões de Formação	19
Quadro 2 - Redes Sociais que o grupo de análise Conhece	21
Quadro 3 - Quadro síntese da observação não verbal	24

INTRODUÇÃO

Este relatório visa apresentar o projecto **Seniors in Second Life**. O presente projecto surgiu no âmbito das disciplinas de Seminário – Análise, Concepção e Produção de Relatórios de Estágio – e na disciplina de Estágio Profissionalizante, inseridas no plano curricular do Mestrado em Educação e Comunicação Multimédia, da Escola Superior de Educação de Santarém.

Ao longo do relatório, tentaremos responder a determinadas questões, relacionadas com a integração do mundo virtual *Second Life* na sociabilização entre adultos com mais de 50 anos de idade, que enunciaremos mais à frente, através da definição de objectivos a atingir e da concretização de actividades desenvolvidas e a desenvolver.

Apresentaremos alguns autores que serviram de referência para a definição e caracterização de conceitos-chave do projecto.

No mundo em que vivemos, o impacto das tecnologias de informação e comunicação (TICs) é sentido sobre toda a actividade económica e social, seja no trabalho, no lazer ou nas relações entre os indivíduos, com principal relevo para a sua forma de comunicar.

A utilização de tais tecnologias cria e recria novas formas de interacção, novas identidades, novos hábitos sociais, ou seja, novas formas de sociabilidade. As relações sociais já não decorrem, necessariamente, do contacto físico entre os indivíduos. Na sua maioria passaram a ser mediadas pelo computador, independentemente do espaço e do tempo em que ocorrem. Neste âmbito, surgem as **Redes Sociais Virtuais** que, hoje em dia, são o principal motivo de navegação na *Internet*, quer por motivos afectivos, quer profissionais. Do *Facebook* ao *Twitter*, passando pelos mundos virtuais como o *Second Life* são vários os exemplos de inovação e adaptação dos indivíduos às novas tecnologias.

O *Second Life (SL)* sugere uma nova forma de relacionamentos, que ocorrem pela mediação de personagens (avatares¹), simulação de seres humanos. Segundo *Bransford* e *Gawel* (2006), este ambiente virtual é

¹ Palavra de origem sânscrita, entrada em Português através do Francês e que, originariamente, significa *encarnação de um deus hindu, metamorfose*, segundo o *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* da Academia de Ciências de Lisboa, (2001).

caracterizado pelo sentido de partilha entre grupos e comunidades, pela interoperabilidade, pela possibilidade de serem implementadas situações de ensino inviáveis na vida real e pelo espírito de colaboração subjacente. Foram estas características que nos levaram à criação de uma comunidade no *Second Life*, enquanto projecto de estudo. O objectivo geral deste estudo é criar uma comunidade virtual sénior que disponha de instrumentos educativos, sociais e culturais de modo a que o *SL* e as tecnologias funcionem como um desafio a enfrentar pela terceira idade.

A população residente em Portugal tem vindo a denotar um continuado envelhecimento; com o aumento demográfico desta faixa etária da população, que está cada vez mais exposta ao contacto com computadores e tecnologias, é importante que ela esteja informada sobre o que os computadores podem fazer por si.

Em Portugal, a utilização das tecnologias por parte da população com mais de 50 anos de idade ainda está muito limitada; as comunidades seniores no *Second Life* são inexistentes. Apesar de algumas Universidades Seniores tentarem acompanhar a evolução das ferramentas digitais, o uso do *SL* ainda é uma prática pouco comum. É neste contexto que surge a ideia de criar uma comunidade sénior no *SL*.

O relatório que ora se apresenta encontra-se organizado em três partes. Assim, passamos a apresentar a estrutura do documento:

Na primeira parte, pretende-se apresentar uma revisão bibliográfica essencial para a compreensão dos conceitos e das ideias que sustentam o tema de trabalho.

Na segunda parte, equacionaremos a metodologia do projecto tecnológico, metodologia essa que consiste fundamentalmente num estudo etnográfico.

A terceira parte é dedicada à análise e interpretação dos dados obtidos.

Por último, tecer-se-ão algumas conclusões que refletem o trabalho desenvolvido e que consideramos relevantes, apontando algumas implicações e limitações do projecto desenvolvido.

Na parte final do documento incluem-se a bibliografia e os anexos que fazem parte do projecto.

PARTE I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1. SOCIEDADE ONDE HABITA E SE MOVIMENTA O *HOMO ZAPIENS AVATARUS*²

1.1. *Suportes de inclusão para a sociedade digital*

Actualmente existem diversas ferramentas digitais que estimulam o processo de interacção social e de aprendizagem. Temos por exemplo, o *Hi5*, o *Facebook*, o *Twitter*, o *Second Life*, entre outros.

Entende-se por rede social “*uma das formas de representação dos relacionamentos afectivos ou profissionais dos seres entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos*”³. Portugal aparece em terceiro lugar no ‘*ranking*’ europeu de utilizadores de redes de relacionamento social na *Internet*.

Passamos, agora, a uma breve descrição das redes sociais acima mencionadas. O **Facebook** (<http://www.facebook.com/>) é uma rede social, cujos membros interagem entre si, podendo visitar perfis, fazer amigos, deixar comentários, enviar mensagens, partilhar *links* e vídeos, enfim, conhecer melhor as pessoas que os rodeiam. O **Facebook**, por vezes, é utilizado como forma de recrutamento de funcionários por parte das empresas, visto que as mesmas têm possibilidade de criar páginas *Web* no **Facebook** (*Facebook Page*) divulgando assim o seu negócio. Esta rede permite uma vasta diversidade de recursos que podem ser utilizados para determinados fins, tanto a nível pessoal/lazer, como a nível profissional/empresarial. Aparentemente a navegação pelo *site* parece difícil nas primeiras utilizações, dado que as respostas às mensagens não são tão imediatas, têm uma actualização demorada.

A rede social **Twitter**, (<http://twitter.com/>), tem vindo a crescer nos últimos tempos; o seu *site* é de fácil navegação e actualização, facilita a comunicação com qualquer pessoa, para além da rede pessoal de amigos, permite enviar mensagens e obter respostas rapidamente. Não é necessário estar conectado para obter as actualizações, podendo utilizar-se um leitor *RSS*. No entanto, tem algumas funcionalidades limitadas, como as de encontrar

² Cf. Página 8

³ Wikipédia

peças, de enviar mensagens elaboradas (tem como limite os 140 caracteres) e não está disponível em idioma Português.

Relativamente ao **Second Life (SL)** (<http://secondlife.com>), é uma plataforma tridimensional que simula aspectos da vida real; é um mundo virtual que vive da presença e criatividade dos seus utilizadores e fornece todas as ferramentas necessárias para que cada participante possa criar uma parte desse mundo. A única linha orientadora deste universo acaba por ser a tentativa de recriar o mundo real, através dos monumentos, das personagens, hábitos e comportamentos em comunidade. No SL, como nas outras redes sociais, é possível criar grupos, configurar o grupo (por exemplo restringir o acesso); os grupos também podem ser criados "informalmente", ou seja, basta aproximar uma personagem de outra que já é possível a comunicação através do teclado ou voz. Além da comunicação escrita, é possível emitir sons pré-gravados, fazer gestos, empurrar, olhar (virar a cabeça, olhos e corpo); além de outras expressões corporais é possível o uso de objectos com duas ou mais personagens.

Segundo um estudo desenvolvido nos Estados Unidos, constatou-se que o SL é uma ferramenta viável para a educação da população sénior, pois proporciona um ambiente de aprendizagem "divertido" que é acessível a toda população. Este estudo foi realizado para identificar as melhores práticas para a concepção e criação de aplicações para a população sénior, promovendo simultaneamente a utilização do computador e da *Internet* entre idosos.⁴

Com 23,3% da população mundial acima dos 60 anos, Portugal é o oitavo país mais velho do mundo, segundo dados revelados pela ONU. Os ganhos na esperança média de vida da população portuguesa são cada vez mais provenientes do aumento da sobrevivência em idades avançadas. No período de 2006 a 2008, a esperança média de vida à nascença foi estimada em 79 anos, sendo de 75 anos para os homens e de 82 para as mulheres. Segundo as Projeções da População (cf. Gráfico 1), em 2008 o número de indivíduos com mais de 65 anos era de 1 874 209 (17,6%). A evolução de 2008 para 2030 e 2060 vem mais uma vez confirmar o envelhecimento da população portuguesa.

⁴ *Life Long Learning: Seniors in Second Life Continuum*

Considerando o decréscimo da população jovem, em simultâneo com o aumento da população idosa, o índice de envelhecimento da população aumentará. No cenário central, em 2060 residirão em Portugal 271 idosos por cada 100 jovens, mais do dobro do valor projectado para 2009 (116 idosos por cada 100 jovens).

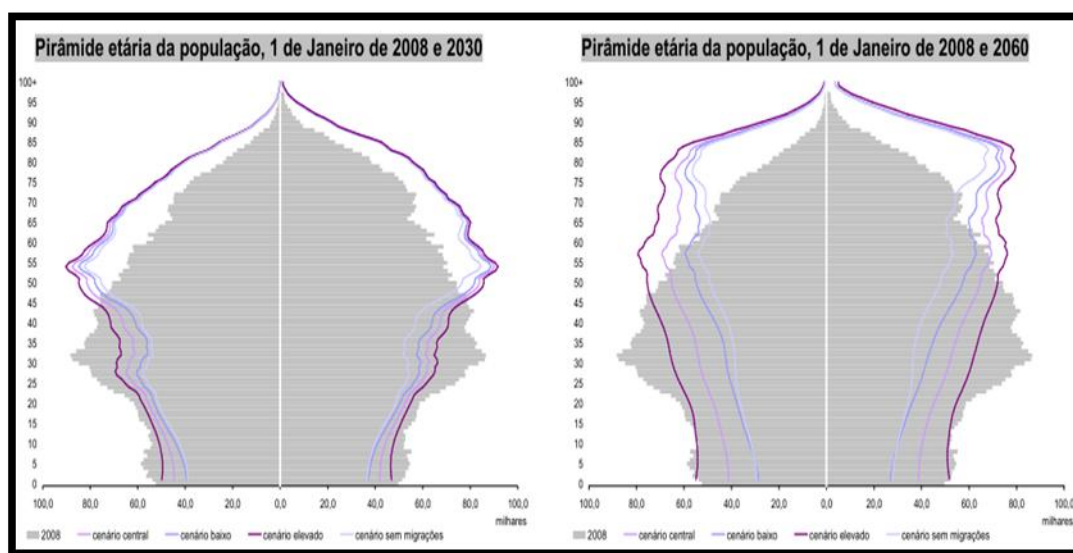


Gráfico 1 – Projecções da População residente em Portugal entre 2008 e 2060;
Fonte: INE

Com o aumento da população idosa, e cada vez mais exposta aos computadores e às novas tecnologias (*cf.* Gráfico 2), verifica-se, em média, um crescimento anual previsional de 17,9% no período compreendido entre 2005 e 2016 no que respeita ao número de utilizadores de *Internet* em Portugal. Logo é importante que os mais velhos estejam informados sobre o que os computadores podem fazer por eles.

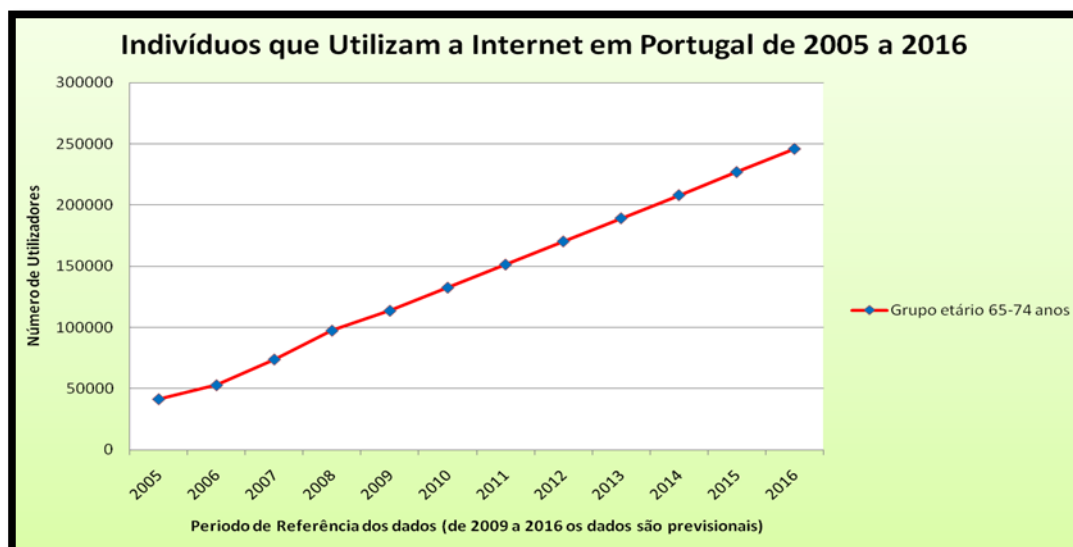


Gráfico 2 - Previsão de indivíduos que utilizam *Internet* (%) por grupo etário – Anual entre 2005 e 2016. Fonte: Adaptado de INE

Segundo o relatório da *eMarketer*, "**Boomers and Social Media**", entre 2008 e 2009 houve um grande aumento de utilizadores com idade igual ou superior a 44 anos nas redes sociais cibernéticas, nomeadamente no *Facebook*. Este aumento deve-se ao facto de as redes sociais criarem e renovarem as conexões pessoais *online*. Lisa E. Phillips⁵, analista sénior da *eMarketer*, diz que "*eles esperam que a tecnologia os ajude a **viver mais e melhor**, permitindo-lhes manterem-se ligados à família, aos amigos, aos colegas de trabalho e, eventualmente, até aos prestadores de cuidados de saúde.*"

Existem, actualmente, inúmeras instituições a promover sessões de informática para idosos; no entanto, ainda não existe nenhuma acção de formação sobre redes sociais, nomeadamente sobre os mundos virtuais. É neste contexto que assim surge a ideia, que consideramos inovadora, de criar uma comunidade sénior no *Second Life*.

No entanto, na avaliação que fizemos das supracitadas redes sociais (*Hi5*, *Facebook*, *Twitter*) percebemos que falta uma característica essencial no perfil do cidadão digital: a presença de uma identidade física no acto de comunicação. É neste sentido, e tentando dar resposta a esta limitação comunicativa, que surge o processo de investigação sobre o mundo virtual – *Second Life (SL)* "*is a 3-D*

⁵ eMarketer – <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007484>

virtual world created by the residents who inhabit it.” (Hodge *et al.*; 2009:1), como um espaço proveniente da passagem do *Homo Zappiens* “sem corpo à presença física” (Moreira, António *et al.*; 2009:18).

O projecto “**Seniors in Second Life**” questiona as diferentes ferramentas digitais que podem promover a sociabilidade de adultos com idade superior a 50 anos, destacando os mundos virtuais, a fim de perceber até que ponto o **Second Life (SL)** pode ser um espaço atractivo de comunicação síncrona e assíncrona.

Na **comunicação síncrona** existe interacção simultânea entre os participantes, quer através dos designados *chats*, quer de vídeo ou de audioconferência. As ferramentas mais utilizadas na comunicação síncrona são as baseadas em texto – os *chats (IRC, messengers* ou *chats* associados às plataformas de *e-learning*) – tornando-se estes mais vantajosos, pois segundo o estudo de **Murphy e Collins** (1997) os *chats* em contexto educativo parecem permitir um sentido de proximidade e de presença comunicativa que, muitas vezes, falta na comunicação assíncrona electrónica.

No entanto, deve salientar-se que as conferências síncronas apresentam algumas limitações, nomeadamente na obrigatoriedade de estar *online* num determinado momento.

Na **comunicação assíncrona** não existe interacção simultânea entre os participantes, pois ocorre de forma individual e independente da presença do formador, através de *e-mail* e de grupos de discussão.

No sentido de dar resposta às necessidades do país, o projecto **Seniors in Second Life** surge como solução aos factores-chave de progresso, definidos na estratégia de Lisboa «EU 2020»: construção de uma sociedade mais inteligente, verde e inclusiva. Visto que estamos no *Ano Europeu da Luta contra a Pobreza e Exclusão Social*, torna-se urgente criar um serviço que permita facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da *Web 2.0*, contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão, prioridade da estratégia «EU 2020».

1.2. E-skills em Second Life

No que diz respeito ao *Second Life (SL)*, importa aqui fazer uma revisão bibliográfica deste conceito: é um mundo virtual a três dimensões que foi criado e desenvolvido pela empresa *Liden Lad* em 2003. Actualmente, conta com mais de 769⁶ milhões de utilizadores registados; podemos considerá-lo como uma plataforma tridimensional que simula aspectos da vida real, e pode ser visto como uma junção de tecnologias - jogo *online*, ferramenta de comunicação, comércio *online* (*e-commerce*) ou plataforma educacional.

O *SL* dá-nos a possibilidade de criar uma personagem, um Avatar "*In a virtual world, an avatar is a digital persona that you can create and customize. It's you — only in 3D. You can create an avatar that resembles your real life or create an alternate identity. The only limit is your imagination*"⁷, que será a nossa representação virtual e que dará acesso a todo universo *SL*. É como "*um processo de mutação à escala virtual, que permitiria criar o Homo Zappiens Avatarus*" (Moreira, António et al.; 2009:18).

Para Wim Veen (2006:10) o *Homo Zappiens* é "*A new generation who has learned to deal with new technologies is currently coming into our educational system. This generation that we describe as Homo Zappiens is the generation that has grown up using multiple technological devices from early childhood.*"

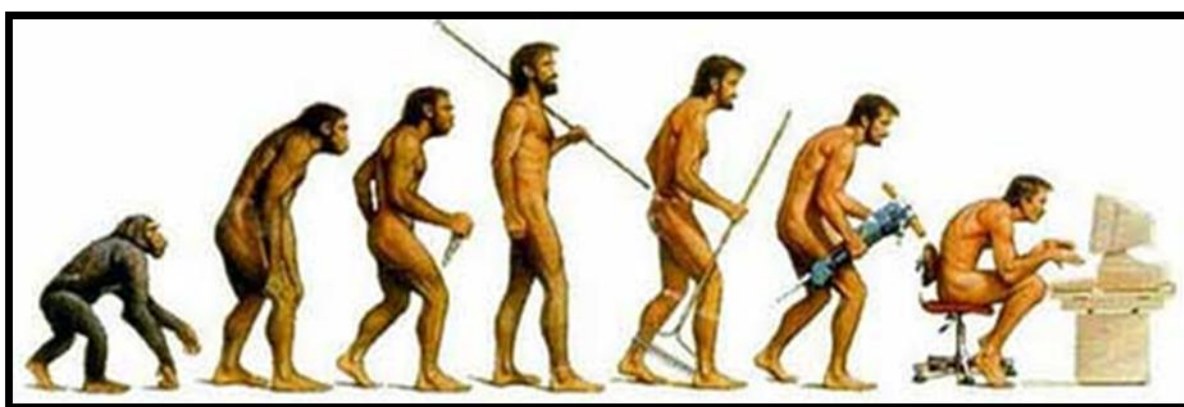


Figura 1 – Evolução do *Homo Zappiens*

⁶ Dados da empresa de análise *eMarketer*

⁷ <http://secondlife.com/whatis/avatar/>

No *Second Life*, podemos traçar o perfil do cidadão digital como o *Homo Zappiens Avatarus*, definindo as suas competências (*e-skills*) em Mundos Virtuais. O *e-Skills* é um programa europeu que tem como objectivo desenvolver competências digitais no público em geral, de modo a que a população fique desperta para as oportunidades e benefícios da Educação Tecnológica e da utilização das TIC. No projecto **Seniors in Second Life** pretende-se que a população idosa desenvolva competências (*skills*) para a vida no *Second Life*.

Quando se inicia o *SL*, de imediato é exigido o domínio de novos *skills* de navegação em mundos 3D, desde a construção do avatar à utilização das ferramentas. Além das competências digitais que têm de se possuir ao entrar no *SL*, este vai permitir desenvolver novas competências específicas. O projecto **Seniores in Second Life** tem como finalidade aumentar as competências, dos seus utilizadores, a nível de sociabilidade, a nível tecnológico e a nível educacional.

Vejamos, então, quais as competências que podem ser desenvolvidas ao utilizar o *SL*:

- a capacidade de interagir e de conversar com os amigos desenvolve obrigatoriamente as competências básicas da linguagem, quer de escrita quer de leitura, o que terá implicações no grau de alfabetização;
- enquanto membros de uma comunidade virtual, os utilizadores podem demonstrar o seu pensamento crítico e criatividade, desenvolvendo competências de ordem cognitiva e social.

Uma das potencialidades mais relevantes do *SL* é o facto deste ambiente poder ser utilizado como simulador de acções decorridas na vida real, pois permite que o utilizador assuma diferentes papéis, praticando acções da vida real num espaço virtual, podendo assim explorar situações em que não poderia participar em segurança no mundo real. Um exemplo do que acabou de ser referido é o simulador de *tsunamis* que a ilha **NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration)** disponibiliza e onde o utilizador pode vivenciar e assistir à formação de um maremoto.



Figura 2 – Mapa da Ilha NOAA

O *SL* apresenta, igualmente, excelentes ferramentas para criar *machinimas*⁸, incluindo também a possibilidade de construir cenários e avatares personalizados, de modo a representar qualquer personagem imaginável. Disponibiliza ferramentas de programação e construção para criar as interações, os gestos e os efeitos, assim como, ferramentas mais avançadas que possibilitam o desenvolvimento de objectos 3D. Todas estas funcionalidades dão oportunidade aos seniores de desenvolverem competências tecnológicas.

⁸ O termo *machinima* deriva da junção de *Machine* com *Animation*, trata-se de uma técnica de produção de audiovisuais em ambientes virtuais - *Second Life*.

Em suma, o *SL* permite que todos os utilizadores desenvolvam capacidades a diferentes níveis. No entanto, consideramos que as competências sociais são as que sobressaem neste estudo.

1.3. *Second Life: Potencialidades pedagógicas, Vantagens e Desvantagens*

A *Internet* é uma rede mundial de informação, que se tornou num meio diferente de comunicação, partilha e de interacção independentes do espaço e do tempo. Actualmente, as tecnologias estão presentes em todos os níveis (educacionais, sociais, profissionais, culturais, etc.) e são utilizadas de forma perfeitamente inconsciente.

No passado questionava-se a importância da informática no contexto educacional; hoje esta questão está ultrapassada. A sua utilização já é vista como um instrumento de aprendizagem, utilizada por alunos e seus encarregados de educação.

A *Internet* passa a ser entendida como uma plataforma cujos utilizadores e ferramentas estão em contacto permanente e cujo objectivo passa por desenvolver programas que aproveitem a inteligência colectiva. Segundo O'Reilly (2006:s.p.) a Web 2.0 é *"the business revolution in the computer industry caused by the move to the Internet as platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform (...) Build applications that harness network effects to get better the more people use them (...) harnessing collective intelligence."*

Com a evolução das tecnologias, surgem outras plataformas mais sofisticadas, por exemplo os mundos virtuais – *Second Life*. Como nos diz Zagalo (2007:152) *"os ambientes virtuais do tipo SL formam um completo novo paradigma do conceito de Internet ao transformar o regular acesso 2d à informação em mundos de interacção 3d"*. Passamos, então, das ferramentas da Web 2.0 para as ferramentas da Web 3D.

Os ambientes virtuais começam a fazer sentido no processo de ensino-aprendizagem. Para Himestra (1991:8) um ambiente de aprendizagem é *"all of the physical surroundings, psychological or emotional conditions, and social or*

cultural influences affecting the growth and development of an adult engaged in an educational enterprise”, ou seja, um ambiente que envolve elementos físicos, mentais, emocionais, culturais e sociais. Neste contexto, o *SL* surge como um ambiente imersivo que poderá proporcionar um maior envolvimento na comunicação e interacção dos seus utilizadores, pois reúne todas as condições para um ambiente de aprendizagem favorável, destacando a presença de uma identidade física no acto de comunicação.

O mundo virtual *SL* facilita novas oportunidades de ensino, com a sua capacidade de interacção, de configuração e serviços técnicos; atraiu diversas instituições de ensino para este ambiente. Em 2006 o *SL* disponibilizou um programa Provedor de Solução do *Second Life* para ajudar empresas e instituições de ensino a desenvolver os seus projectos no mundo virtual. Desde então muitas universidades e empresas começaram a utilizar o *SL* como plataforma educacional. Convém aqui referir algumas Universidades Portuguesas, como a Universidade de Aveiro, a Universidade do Porto, a Escola Superior de Educação de Santarém entre outras, que já criaram o seu espaço virtual de forma a poderem explorar as potencialidades pedagógicas desta plataforma. Para os investigadores Rebecca e Charles Nesson (2008:6) *“Second Life permits us to regain much of that mode of self expression in a fanciful way. When a student creates an avatar in Second Life, there is no requirement that it must look like her real life self. She may freely choose an expression of herself that tries to communicate to her peers whatever qualities she seeks to display.”*

A aprendizagem em *Second Life* é feita por *role-playing*⁹ ou seja, aprendizagem colaborativa, visto que os utilizadores podem interagir uns com os outros em tempo real, e permite que eles próprios criem as suas experiências e conhecimentos. Como foi referido anteriormente, os utilizadores são representados por avatares, e a interacção dentro do *SL* ocorre através de avatares, objectos e conteúdos. O *SL* tem a vantagem, relativamente às outras ferramentas da Web 2.0, de permitir a demonstração de conteúdos em tempo

⁹ “Role Playing é um modelo de ensino que (...) ajuda os alunos a compreender o comportamento social, o seu papel nas interacções sociais e as formas de resolver problemas de uma forma mais eficaz.” *in Wikipédia*

real (Pita 2008:17), por exemplo, através de apresentações feitas em *powerpoint* que, posteriormente, podem ser adicionadas aos inventários dos alunos.



Figura 3 - Apresentação em PowerPoint no SL

Outro recurso pedagógico do *SL* é a maneira como os avatares comunicam. O *SL* dispõe de um processo comunicativo diversificado. Como foi dito anteriormente, podemos utilizar a voz e/ou a escrita. Por exemplo, podemos recorrer ao **chat geral**, quando queremos falar com avatares que estão perto de nós, na mesma ilha - aqui todos os residentes próximos de nós têm acesso ao *chat* e visualizam tudo o que é escrito; podemos também utilizar o **IM – Instant Message**, quando queremos privacidade, i.e. falar em privado com algum dos nossos contactos. Além da comunicação escrita, é possível emitir sons pré-gravados, fazer gestos, empurrar, olhar (virar a cabeça, olhos e corpo), além de outras expressões corporais; é possível o uso de objectos com duas ou mais personagens. Podemos recorrer, também, à utilização da voz - neste processo é necessário possuir um **microfone** e **colunas/headphone**, para comunicarmos no *chat* geral ou no **one-to-one voice chat**.

A combinação adequada entre o texto e a voz poderá ser um dos recursos mais eficazes da plataforma: por exemplo, numa aula em *SL* um professor pode

utilizar a voz, enquanto os alunos utilizam a escrita para digitarem comentários ou fazerem perguntas; no caso dos *chats*, estes podem ser gravados.

O *Second Life* dispõe de diversos recursos que podem ser utilizados e vistos como potencialidades pedagógicas, tal como o facto de os alunos poderem construir demonstrações através da criação de objectos, da organização de conteúdos em *notecards*¹⁰, projecção de imagens e de interacção com o *Moodle* através do *Sloodle*¹¹, o que permite aos alunos participar de forma diferente. De acordo com o estudo desenvolvido por Teresa Bettencourt e Augusto Abade (2008:11) "*os alunos revelaram-se ser: intervenientes, criativos, empenhados, entusiásticos, atentos (...) não registámos nenhuma desistência ou abandono por parte dos alunos (...) os alunos são pontuais (...) e mesmo sem se conhecerem, os alunos demonstram atitudes de partilha e amizade (...) comunicando entre si e inter-ajudando-se.*" Este estudo revela algumas potencialidades educativas do *SL* e que os alunos, ao dominarem as novas tecnologias, estão mais receptivos à utilização desta e de outras plataformas.

Analisemos, agora, algumas vantagens e desvantagens da utilização da plataforma *SL*.

O principal benefício, julgamos ser a possibilidade de interacção em tempo real, com a presença da entidade física dos intervenientes no acto educativo (Moreira et al., 2009:18), através da representação gráfica do utilizador em 3D, o que faz com que este se sinta mais próximo do mundo virtual, tornando o processo mais realista. O facto de o *SL* possibilitar a liberdade de criar um avatar consoante o gosto do utilizador é uma vantagem que agrada e que pode distinguir a interacção em contexto virtual da realizada em contexto físico (Pita, 2008:174). Um outro benefício é a possibilidade que o *SL* dá, a baixo custo, de poder frequentar, por exemplo, uma universidade nos Estados Unidos, através da sua imagem virtual no *SL*, assistindo às conferências, às aulas, às actividades virtuais desenvolvidas e podendo passear pelo edifício sem sair de casa.

¹⁰ *Notecards* são itens que funcionam como um inventário onde se podem guardar informação escrita e imagens.

¹¹ O projecto *Sloodle* resultou da união de um suporte *LMS - Moodle* com o *Second Life*, tendo como objectivo o desenvolvimento e a partilha de conteúdos de apoio à educação em mundos virtuais.

Relativamente às desvantagens, o aspecto mais apontado como limitação do *SL* é a exigência técnica, pois requer um computador com bons recursos de processamento, de memória, de placa gráfica, velocidade e estabilidade na conexão à *Internet*. Relativamente à utilização, por utilizadores recentes, poderá ser dificultada devido à complexidade e variedade de opções na *interface* do aplicativo.

PARTE II – METODOLOGIA DO PROJECTO TECNOLÓGICO

2. ESTUDO ETNOGRÁFICO

Na presente parte será abordada a metodologia adoptada para o desenvolvimento do projecto **Seniores in Second Life** - a metodologia escolhida foi o estudo etnográfico. Antes de prosseguirmos na descrição do estudo efectuado, importa aqui definir o conceito de Etnografia. Esta ciência teve origem na Antropologia Social, onde era utilizada a técnica de estudo etnográfico para compreender as culturas humanas; este método permite contactar directamente com os hábitos, ideias e comportamentos das pessoas. Já na década de 70, os autores Becker e Geer definiam Etnografia como *"method in which the observer participates in the daily life of the people under study, either openly in the role of researcher"*. A autora Hine (2004:13) diz que a metodologia etnográfica é a mais adequada para compreender o que as pessoas fazem quando utilizam a *Internet*, *"La etnografía es una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios, en la medida en que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes entre las aseveraciones que se vaticinan sobre las nuevas tecnologías en diferentes contextos: en el hogar, en los espacios de trabajo(...). Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología"*. Neste sentido, escolhemos o Estudo Etnográfico por se verificar o mais apropriado para a observação das interacções dos seniores no *Second Life*.

Seguidamente serão indicadas, num primeiro momento, as perguntas de investigação que serviram de base para o desenvolvimento do projecto e respectivos objectivos. Num segundo momento, proceder-se-á à descrição dos participantes bem como do estudo efectuado.

2.1. Caracterização do Estudo

O projecto **Seniores in Second Life** propõe-se compreender as interacções criadas no *Second Life*, de modo a perceber até que ponto este pode ser um espaço atractivo de comunicação e de sociabilidade entre adultos com idade superior a 50 anos. Neste sentido, propusemo-nos observar as interacções

de alguns elementos da turma de Formação Modular TIC da Escola Básica e Integrada da Quinta do Conde, nos diversos encontros que foram promovidos nas sessões de formação em *SL*, quer na sua comunicação verbal, quer na sua comunicação não verbal. Antes de iniciar o processo de investigação, foi necessário definir as actividades preparatórias.

2.2. Actividades Preparatórias

Pretende-se que o projecto ***Seniores in Second Life*** funcione como um percurso de interacção a distância com pessoas com mais de 50 anos de idade, promovendo simultaneamente a utilização do computador e da *Internet*, entre a faixa etária sénior.

Assim sendo, numa primeira fase foi feita uma revisão bibliográfica de forma a precisar a definição e caracterização de conceitos: **Comunidade Virtual**, segundo Sílvio (1999); ferramentas da **Web 2.0** e ambientes virtuais/***Second Life***, para Zagalo e Pereira (2008). Posteriormente, fizemos uma pesquisa de forma a colher informações sobre comunidades seniores no *Second Life*. Após análise de projectos afins, procedeu-se à definição do objectivo geral do projecto - criação uma comunidade virtual sénior que disponha de instrumentos educativos, sociais e culturais de modo a que o *Second Life* e as tecnologias sejam um desafio enfrentado pela terceira idade. Este objectivo deu origem a diversas questões de investigação.

2.2.1. Questões e Objectivos

Numa primeira fase colocámos as seguintes questões:

- **Qual o perfil do Público-alvo?**
- **Que ferramentas da sociedade WEB 2.0 promovem a sociabilidade?**
- **Como podemos promover a sociabilidade em SL?**
- **Até que ponto é que os mundos virtuais podem ser um espaço atractivo de comunicação?**

- **Quais as medidas que podem ser tomadas para promover a sociabilidade no *SLESES*?¹²**

A partir destas questões-base desenvolvemos os objectivos atingir, a saber:

- Criar uma comunidade acessível a toda população sénior, a fim de melhorar as suas condições sociais e a sua integração na sociedade digital, de forma a aumentar a sua auto-estima e qualidade de vida.
- Desenvolver actividades educacionais, formação a distância em determinados temas, como iniciação ao *SL* e Tecnologias da Informação e Comunicação.
- Promover actividades que visem o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade sénior, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura.
- Melhorar a qualidade e reforçar a dimensão europeia da educação de adultos, através da promoção de diversos tipos de actividades de cooperação a nível europeu, através do programa *GRUNDTVIG – Voluntariado Sénior*.¹³

Em suma, o estudo analisado neste projecto pretende perceber até que ponto os mundos virtuais podem ser um espaço agradável de sociabilidade para adultos com mais de 50 anos.

2.2.2. Actividades preparatórias por parte dos Formadores

Para a preparação do nosso estudo, foi elaborado um plano de formações e actividades no *Second Life*.

Projectámos, então, num **primeiro momento**, uma formação em *Second Life*. Esta Formação tem uma duração de 30 horas, durante a qual os formandos serão formados em seis módulos distintos:

¹² Ilha da Escola Superior de Educação de Santarém, localizado em <http://slurl.com/secondlife/Sleses/39/216/21>).

¹³ Programa por concretizar

- **Módulo I – Iniciação em *SL***
- **Módulo II – Modelação**
- **Módulo III – Importar conteúdos**
- **Módulo IV – Fotografia**
- **Módulo V – Compras**
- **Módulo VI – *Machinima***

Seguidamente, podemos ver os objectivos gerais dos módulos anteriormente referidos.

Módulo	Objectivos
<i>Iniciação ao Second Life</i>	Desenvolver competências na iniciação do programa tais como: <ul style="list-style-type: none"> - Criação de conta no mundo virtual do <i>Second Life</i> e na criação dos seus avatares; - Explicação básica do <i>interface</i> e das principais funcionalidades; - Movimentação e controlo de câmara; - Sistema de comunicação; - Construção e modelação do avatar; - Como vestir o avatar; - Utilização de <i>HUDES</i> e objectos no avatar; - Organização de objectos em inventário.
<i>Modelagem (Building and Designing)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver aptidões para a criação colaborativa dos objectos; - Identificar objectos que correspondam às necessidades; - Adquirir competências na construção e modelação de objectos 3D; - Desenhar, construir e modelar objectos; - Importar texturas e padrões; - Atribuir aos objectos capacidade de resposta à gravidade, à inércia, à propulsão e a outras leis da física.
<i>Importar Conteúdos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Importar documentos digitais construídos em <i>RL</i> para <i>SL</i>.
<i>Fotografia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saber captar os melhores ângulos para tirar fotografia. - Ajustar o ambiente envolvente. - Saber utilizar os comandos de câmara.
<i>Compras</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Procurar lojas e objectos. - Compras <i>Freebies</i>. - Adquirir <i>Linden Dollar</i> (moeda <i>SL</i>)
<i>Machinima</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Criar competências na construção, produção e realização de videogramas destinados a espaços virtuais; - Construir imagens em movimento recorrendo à técnica de <i>machinima</i>; - Produzir um videograma que apresente na Ilha <i>ESES</i> o projecto;

Quadro 1 - Objectivos Gerais das Sessões de Formação

Numa Segunda Fase, quando a comunidade sénior estiver integrada no *Second Life*, o objectivo é desenvolver actividades que visem o bem-estar e a melhoria da sua qualidade de vida, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura. Assim sendo, foi planeado, uma visita guiada pela Ilha da **NOAA**. O espaço *NOAA* no *Second life* tem como objectivo mostrar algumas consequências dramáticas das mudanças climáticas.

Neste sentido, a ilha inclui um glaciário que derrete e se modifica em minutos diante dos olhos dos visitantes, a ilha Meteora (<http://slurl.com/secondlife/Meteora/177/161/27/>); possui também a ilha "Okeanos" (<http://slurl.com/secondlife/Okeanos/64/217/30/>) onde podemos aumentar o aquecimento e assistir aos diferentes tons dos corais; também inclui um simulador de *tsunami*, demonstrando a maneira como estes se formam e como se desfazem.

2.3. Caracterização dos participantes: público-alvo

O projecto *Seniores in Second Life* tem como objectivo analisar as interacções criadas por adultos com idade superior a 50 anos, no *SL*, de modo a perceber se os mundos virtuais são espaços de instigação para a sociabilidade entre esta comunidade. Neste contexto, os participantes do estudo foram, maioritariamente, alunos com mais de 50 anos de idade, a frequentar um curso de formação modular em Tecnologias de Informação e Comunicação. Estes indivíduos, ao longo das sessões de formação em *Second Life*, manifestaram-se motivados para a utilização do *SL*; infelizmente as condições de formação não foram as mais adequadas para a realização correcta do projecto, pelo facto de os equipamentos da sala de formação não responderem aos requisitos exigidos pelo *SL*, o que levou a que só houvesse três encontros no *Second Life* e um grupo limitado a sete elementos.

Para além dos conhecimentos que os participantes adquiriram em ferramentas da *Web 2.0*, é de salientar que este grupo é caracterizado por frequentar uma formação modular TIC; no entanto, na sua maioria são indivíduos que não possuíam conhecimentos prévios na área das TIC. Da análise que fizemos às respostas ao inquérito, (*cf.* Anexo 1), passado antes da formação em *Second Life*, numa amostra de sete indivíduos, constatou-se que a média de

idades do grupo de análise é de 57 anos e que apenas dois conheciam o *Second Life*, (cf. Quadro 2).

Quais as Redes Sociais que conhece ou utiliza	
Hi5	1
Facebook	4
My Space	0
Ning	0
Second Life	2

Quadro 2 - Redes Sociais que o grupo de análise conhece

Relativamente à ferramenta de comunicação *online* que estes elementos utilizam, sobressai o *Email*, seguido do *Messenger* (cf. Gráfico 3).

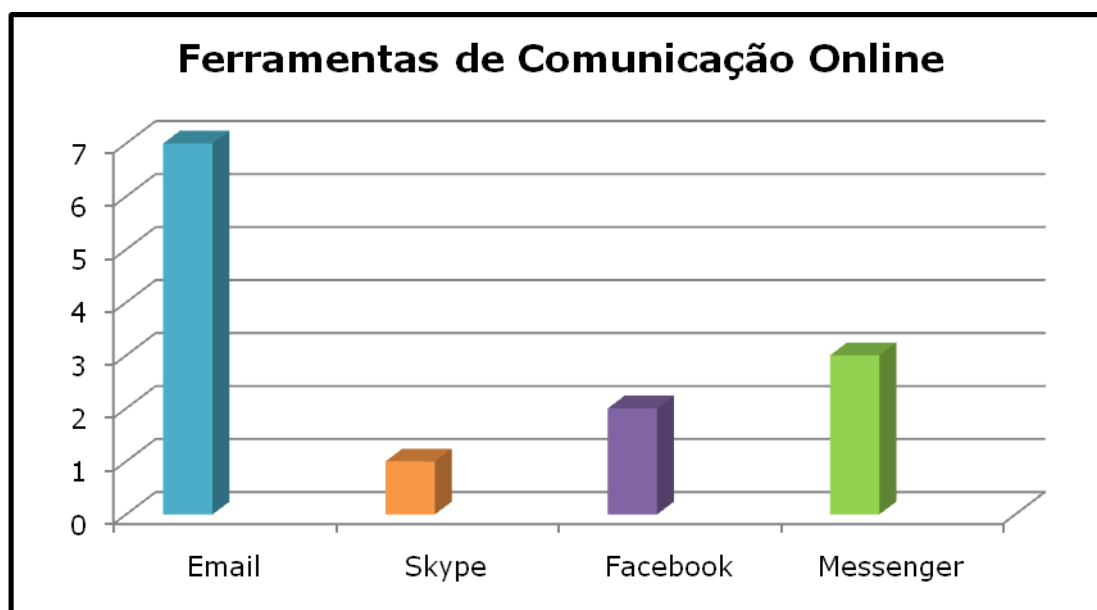


Gráfico 3 - Ferramentas de comunicação *online* que utilizam

2.4. Plano de Actividades

O presente estudo vai procurar saber se a aplicabilidade de ambientes virtuais 3D na educação digital dos seniores é viável, dando ênfase às interacções por eles criadas, através de uma análise comunicativa, com o objectivo de, num futuro próximo, os mundos virtuais, nomeadamente o *Second Life*, serem utilizados na formação digital dos seniores.

O estudo realizado implicou a produção de uma calendarização adequada, conforme se pode verificar na figura seguinte.

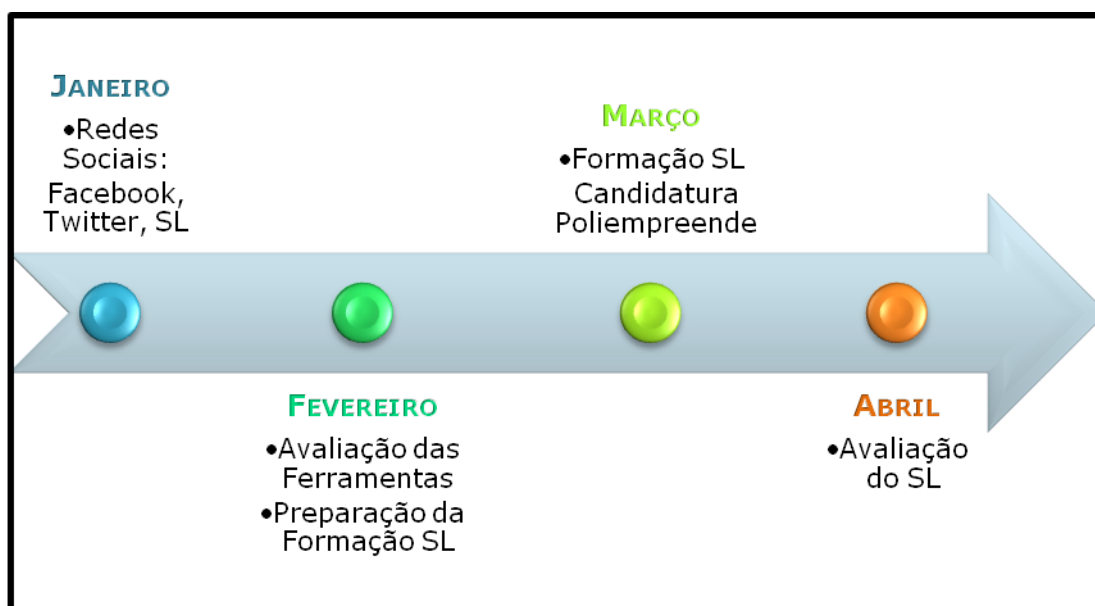


Figura 4 - Calendarização das Actividades

A primeira fase da calendarização das actividades consiste numa abordagem às ferramentas digitais de sociabilidade, nomeadamente as redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Second Life*. Nesta fase desenvolveu-se o conceito de Rede Social Virtual, fez-se uma breve explicação das redes sociais anteriormente referidas e foi elaborado um trabalho de grupo, pelos formandos, em Redes Sociais (*cf.* Anexo 2).

Na segunda fase da calendarização, foi feita uma avaliação das ferramentas digitais de sociabilidade; nesta avaliação concluiu-se que o *SL* apresentava, sobre as outras redes sociais, a vantagem da presença de uma identidade física no acto de comunicação.

Seguidamente, na terceira fase da calendarização foi dada formação em *SL*; esta formação foi dividida em dois momentos: abordagem teórica (cf. Anexo 3) e abordagem prática. De realçar que nesta fase do projecto nos candidatámos ao 7º Concurso Poliempreende - Projectos de vocação empresarial (cf. Anexo 4).

Após a conclusão da terceira fase foi feita uma avaliação global do uso do *Second Life*. Realizou-se, então, uma análise das interacções criadas dentro do *SL*. Para esta análise foi concebida uma grelha de observação de forma a avaliar com mais rigor comunicação verbal (enunciados orais) e comunicação não-verbal (gestos, interacção, aparência avatar, emoções), ao longo dos encontros observados. Também podemos considerar esta fase como – **“Connections”**, já que houve apresentação e divulgação do projecto em espaços públicos (cf. Anexo 5)

2.5. Aplicação do Método

A metodologia adoptada implicou a realização de duas grelhas de observação de modo a facilitar a análise das interacções, no acto comunicativo. As pessoas podem comunicar de diversas formas, sendo a comunicação verbal, certamente, o acto mais aludido na análise interaccional, pois as palavras têm a capacidade de transmitir emoções, informações, etc.; no entanto, a comunicação verbal não é a componente mais importante, ou única, num processo comunicativo, pois muito se transmite através da mímica e da expressão corporal.

A grelha de observação referente à comunicação verbal resulta dos indicadores apontados por Rourke *et al.* (2001) que caracterizam o grau de presença social baseado em três categorias – indicadores afectivos, indicadores interactivos e respostas coesivas (cf. Anexo 6).

Atentemos, então, em cada uma destas Categorias:

- **Afectividade:** os indicadores de afectividade relacionam-se com a expressão das emoções, o uso de humor e a exposição pessoal – desinibição.

- **Interação:** os indicadores de interactividade põem em evidência a presença do outro. Se a afectividade se refere à expressão pessoal de emoção, sentimentos, do convite à participação, para que a interacção ocorra da melhor forma é fundamental que as pessoas desenvolvam o espírito de tolerância e respeito pelas opiniões dos outros. Este indicador revela-se essencialmente pela colocação de questões, elogios e concordância.
- **Coesão:** os indicadores de coesão referem-se ao grupo, ou indivíduos dentro do grupo, através da análise vocativa, do discurso enfático e saudações. As relações de proximidade são fortemente provocadas pelas interacções afectivas que, conseqüentemente, originam afirmações coesivas.

No que concerne às interacções verbais, no nosso estudo, apenas utilizámos o *chat* geral, uma vez que a utilização de voz requer equipamentos (microfone, colunas) que não estavam ao nosso alcance. O objectivo desta análise é compreender o nível de envolvimento dos avatares na comunidade.

A comunicação não verbal processa-se de diferentes formas: através de gestos, das expressões faciais, dos movimentos e das posturas (comunicação cinésica), da aparência física, do uso do espaço, dos objectos que nos cercam e das relações que estabelecemos, quer com esses objectos quer entre nós (comunicação proxémica).

A grelha de observação utilizada na análise da comunicação não verbal tem como base as características pertinentes da comunicação não verbal, definidas por Vinciarelli *et al.* - a aparência física, os gestos e posturas (cinésica) e o espaço e meio ambiente (proxémica). Seguidamente podemos observar o quadro que resume as características adoptadas na grelha.

Características	Indicador
Características físicas	- Aparência do Avatar; - Reconhecimento através da aparência;
Cinésica	- Gestos que estão no inventário;
Proxémica	- Zonas de Proximidade; - Movimentos em relação aos outros; - Gestão do espaço envolvente;

Quadro 3 - Quadro síntese da observação não verbal

No mundo real, as características físicas podem influenciar a personalidade das pessoas e também o contacto com os outros. Num primeiro contacto a aparência é um factor importante de sociabilização. No *SL* é possível configurar o nosso avatar de acordo com o nosso gosto, pelo que a aparência pode revelar alguns traços da sua personalidade, segundo Pita (2009:120). No entanto, não existe tanto preconceito como no mundo real e o *SL* dá-nos a liberdade de escolher e personalizar o avatar conforme o nosso gosto e criatividade. A utilização de gestos no *SL* funciona como um reforço da comunicação verbal, pois se no mundo real os gestos podem substituir as palavras, no mundo virtual este facto já não é tão linear. A proxémica analisa o espaço pessoal dos avatares num determinado meio, descrevendo as distâncias mensuráveis entre os avatares. Hall (1963) menciona quatro tipos de distância, a saber:

- **Distância íntima:** relações de proximidade, num espaço de 45 centímetros – contactos íntimos, sussurros, beijos, etc.
- **Distância pessoal:** interações com amigos e pessoas com as quais temos uma conexão pessoal sólida, num espaço entre 45 centímetros e 1,20 metros.
- **Distância social:** interações com pessoas recém-apresentadas ou indivíduos com os quais não temos intimidade, num espaço entre 1,2 e 3,5 metros.
- **Distância pública:** interações com o público em geral, seja numa caminhada, ao fazer uma comunicação ou passear num centro comercial, num espaço que começa nos 3,5 metros e se estende a 7 ou mais metros.

O uso do espaço é um processo dinâmico que muda e se adapta de acordo com as pessoas, situações, percepções sociais e culturais, daí não existir nenhuma medida exacta para definir essas distâncias.

PARTE III - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Nesta última parte apresentam-se os resultados dos dados recolhidos, de acordo com a metodologia definida anteriormente.

Os dados serão apresentados de forma quantitativa, embora resultem da observação das participações e dos actos não verbais dos participantes.

3.1. Sujeitos participantes

Como já foi referido anteriormente, os sujeitos participantes pertencem à turma de formação modular TIC, da escola Básica Integrada da Quinta do Conde. Importa aqui reforçar que, embora a turma seja composta por 17 alunos, apenas participaram neste estudo 7 alunos, entre os quais 5 do sexo feminino e 2 do sexo masculino, com idades superiores a 50 anos. (cf. Gráfico 4)



Gráfico 4 - Idade dos Participantes

De referir que nenhum dos participantes tinha conhecimentos sobre mundos virtuais, nomeadamente *Second Life*, e que estão pela primeira vez a frequentar um curso na área das TIC; a maioria dos participantes nunca tinha trabalhado com um computador.

3.2. Caracterização da formação

A formação em *Second Life* teve dois momentos: abordagem teórica e abordagem prática, num total de 9 horas de duração; durante este tempo os formandos desenvolveram competências em três áreas do *Second Life* - **Iniciação em SL, Modelação e Compras**. Importa aqui referir que, inicialmente, a formação foi delineada para ter a duração de 30 horas distribuídas por seis módulos distintos: **Módulo I – Iniciação em SL, Módulo II – Modelação, Módulo III – Importar conteúdos, Módulo IV – Fotografia, Módulo V – Compras e Módulo VI – Machinima**. No entanto, devido à falta de requisitos técnicos (computadores e ligação à *Internet*) da sala de formação não foi possível desenvolver as actividades inicialmente planeadas. Na segunda fase da formação os formandos puderam assistir à criação de um Tsunami, na ilha “Okeanos”.



Figura 5 – Seniors assistirem a um Tsunami

Apesar da formação desenvolvida em *SL* ter sido de curta duração foi possível recolher dados para análise das grelhas, anteriormente mencionadas. De

realçar que pretendemos desenvolver este estudo com mais precisão, de forma a obter conclusões mais concretas e fiáveis.

3.3. Resultados das grelhas de observação comunicativa

A maioria dos encontros observados ocorreram no espaço *SLESES*. Este espaço apresenta-se como um espaço onde a aprendizagem tem lugar, onde a partilha de conhecimentos e contactos surge de uma forma mais descontraída e menos formal, em que os conteúdos são apresentados em diferentes suportes, podendo ser acedidos em qualquer lugar, não se restringindo unicamente ao espaço físico da Escola.¹⁴ No entanto, os participantes tiveram oportunidade de navegar noutras ilhas do *Second Life* como a ilha do *FREEBIES World*, onde é possível comprar roupa grátis.



Figura 6 - Ilha Freebies, seniores a comprar roupas

Relativamente à análise verbal, escolheu-se a escrita como forma de análise; dos textos produzidos foi possível concluir que as afirmações de carácter afectivo e coesivo são excessivamente recorrentes, o que comprova que os ambientes virtuais são apelativos para a criação de comunidades e para a

¹⁴ Projecto SLESES

sociabilização. De forma a exemplificar estes indicadores, vejamos as seguintes participações:

[21:13] **Avatar1:** *olá está ai alguém!*

[21:14] **Avatar2:** *He he, cá estamos no noutro mundo*

[21:14] **Avatar3:** *Olá, pessoal*

[21:16] **Avatar4:** *E eu não percebo nada disto...o que faço agora!*

[21:16] **Avatar5:** *ops, onde está a minha camisola!!*

[21:17] **Avatar6:** *Avatar 5 assim ficas mais gira ☺*

As participações interactivas foram muito frequentes ao longo dos três encontros observados, quer por dar continuidade a um assunto, quer como manifestação de consideração pela opinião dos colegas, como podemos verificar nas seguintes participações:

[22:23] **Avatar1:** *o moodle é mais facil de utilizar*

[22:24] **Avatar2:** *no moodle não precisamos de aprender estas técnicas todas*

[22:28] **Avatar3:** *mas tu já sabias mexer no Second Life?*

[22:42] **Avatar4:** *Gosto da tua roupa podes explicar como mudaste*

Relativamente à passagem do moodle para o SL a maioria dos participantes diz que as relações estabelecidas entre os colegas ficaram mais próximas, *"no moodle não existem tanta interação como no SL"*.

Globalmente, pode afirmar-se que houve uma grande diversidade de temas nas estruturas frásicas, e que os seniores participaram activamente nas discussões; dentro do indicador afectivo registaram-se múltiplas saudações, tais como: *"[20:42] Avatar4: Boa noite a todos"*.

A maioria dos participantes afirma que no SL *"há maior desinibição"* que na vida real, sentem-se mais espontâneos e com mais liberdade de expressão. No entanto, um participante refere que se sente *"mais tímido"* nas interacções com os colegas.

No que concerne à comunicação não verbal, os resultados foram analisados e registados em tempo real através de fotografias – *snapshots*¹⁵ e através dos questionários. Seguidamente iremos apresentar os dados gerais, começando pelas características físicas.

Relativamente a este indicador pretendeu-se verificar se a aparência do avatar correspondia às características pessoais dos participantes. A verdade é que podemos deduzir que, quanto maior é o domínio do *software* mais complexa se torna a aparência do Avatar; podemos verificar isso nas duas *snapshots* retiradas na primeira e na última reunião.



Figura 7 - Primeira Sessão no SL, aparência original do Avatar

¹⁵ Processo de tirar fotografias instantâneas no *Second life*



Figura 8 - Segunda Sessão no SL, modificações Avatar

O SL dá-nos a oportunidade de editar livremente o nosso avatar podendo, inclusive optar por utilizar “adornos” diversos, como uma cauda de raposa. Daí ser difícil determinar as características psicológicas dos participantes através da sua aparência.

Embora os participantes não tenham tido muito tempo para configurar o seu avatar, foi possível verificar que alguns indivíduos optaram por editar os seus avatares de um modo original. De referenciar que nenhum participante tinha um avatar com características próximas do seu aspecto real. De acordo com as respostas dadas no questionário (cf. Anexo 7), a maioria dos participantes ainda estão aperfeiçoar o avatar, no entanto, a imagem é diferente do real, pelo menos no sentido estético, “queira que o meu avatar fosse mais bonito.”

Na observação da comunicação cinésica, constatou-se que o recurso à utilização de gestos é nulo. Tendo em conta que só foram observados três encontros, verificou-se que os avatares têm tendência para utilizar expressões escritas, como *LOL*, *ehehe...* ou *smiles* para demonstrarem as suas emoções e sentimentos. Esta componente poderá ser desenvolvida noutra oportunidade de estudo.

De uma forma geral os encontros decorriam num espaço informal, pelo que é possível perceber melhor algumas características da observação, nomeadamente a proxémica, a qual estuda as relações que o homem estabelece com o espaço, numa perspectiva cultural. Da análise efectuada a esta componente comunicativa, podemos constatar que o comportamento dos participantes é elucidativo da proximidade dos intervenientes e que, tal como no mundo real, se verificou que alguns lugares, em especial os de destaque, revelam a importância do avatar na comunidade - por exemplo no decorrer da formação notou-se que o formador assumia o papel de "líder" assumindo um lugar distinto, como podemos verificar na figura seguinte.



Figura 9 - Snapshot recolhida no segundo encontro.

Em suma, através dos dados recolhidos, quer na observação quer nos questionários, podemos concluir que a comunicação verbal é a que mais sobressai, optando pela componente escrita. A quantidade de estruturas frásicas no *SL* deixou claro que os participantes mostraram interesse e motivação pela utilização desta plataforma. Numa primeira fase foi notório que o *SL* tem um grande potencial de sociabilização, pois houve uma quebra de distâncias, o que levou os formandos a envolverem-se mais nas actividades sociais. Foi manifestada a vontade de socializar e partilhar saberes; através do parâmetro

relativo à proxémica foi perceptível o espírito de entreatajuda e de pertença a uma comunidade.

A comunicação não verbal ficou limitada devido à fraca adesão ao uso de gestos; não é demais salientar que os formandos apenas tiveram três sessões no *SL*; talvez com mais experiência se torne mais vulgar o uso de gestos como forma de expressar as suas emoções.

Ao longo deste estudo procurou encontrar-se resposta às questões inicialmente colocadas. Neste sentido, achamos que o público-alvo do nosso projecto deve possuir conhecimentos base na área das TIC, de forma a facilitar a sua integração nas ferramentas da Web 2.0. Assim sendo, foi adicionado ao plano *Empresa Seniores in Second Life* (7º Concurso Poliemprende) uma formação na área das TIC destinada a pessoas que não tenham tido nenhum contacto com as Tecnologias de Informação e Comunicação.

No *Second Life* a socialização é visível, as interacções sociais, o realismo dos gráficos e o grau de imersão criado pelo *interface* são factores que aumentam a sensação de presença, característica essencial no acto de comunicação. Apesar da comunicação ser baseada em textos, os mundos virtuais têm a vantagem de se poder visualizar imagens a 3D dos outros utilizadores com quem se interage.

Da análise feita ao inquérito (*cf.* Anexo1) todos os participantes consideraram que os mundos virtuais promovem a sociabilidade (*cf.* Gráfico 5).



Gráfico 5 - Opinião dos Participantes

Relativamente às actividades lúdicas a ser desenvolvidas no *SL*, a vontade, predominante, dos participantes é a de que haja actividades de carácter cultural (Música, Teatro, Leitura) e de carácter Social (Convívio).

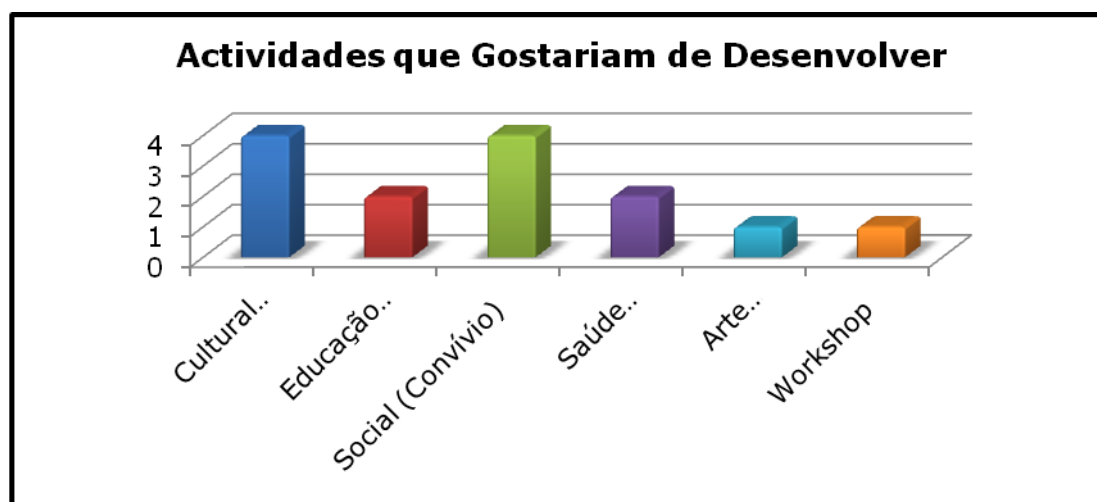


Gráfico 6 - Opinião dos Participantes

Termina-se, assim, a apresentação e análise dos dados recolhidos ao longo deste estudo.

Seguidamente, apresentaremos as principais conclusões e implicações decorrentes do estudo, bem como a sugestão de alguns tópicos para futuros estudos possíveis.

CONCLUSÃO DO PROJECTO

De acordo com o que referimos anteriormente o projecto *Seniores in Second Life* teve como base central compreender se os mundos virtuais, nomeadamente o *Second Life* são ferramentas digitais viáveis na educação digital da população sénior. O objectivo geral do projecto é criar uma comunidade virtual sénior que disponha de instrumentos educativos, sociais e culturais de modo a que o *SL* e as tecnologias sejam um desafio enfrentado pela terceira idade. Como é do nosso conhecimento a população mundial está envelhecida; em Portugal estima-se que em 2060 haja 3 idosos para cada jovem. Logo, é indispensável desenvolver actividades que visem o bem-estar e melhoria de qualidade de vida deste público-alvo. Da análise que fizemos, a tendência é de que futuramente o número de utilizadores desta faixa etária venha a aumentar com a utilização das TIC como meio de comunicação e mercado. É certo que já existem algumas actividades que se desenvolvem em volta destes grupos etários, como o turismo e lazer, banca e seguros, saúde e formação. No entanto, estas faixas etárias procuram a tranquilidade de passeios que lhes proporcionem o revivalismo da memória das suas ancestrais tradições, a tranquilidade monetária que lhes assegure o amanhã, os melhores profissionais e conselhos de saúde que lhes proporcionem a maior longevidade e qualidade de vida possíveis, a vida activa no desenvolvimento de suas competências, a sensação de pertença e substancialidade à sociedade em que se inserem. É aqui que o *Second Life* ganha vantagem: com o desenvolvimento desta plataforma consegue-se oferecer, todos os temas acima referidos, num mundo virtual.

Ao longo deste estudo, procedeu-se à realização de uma revisão bibliográfica como fundamento do estudo, tentou encontrar-se respostas a algumas questões levantadas inicialmente, de forma a concretizar os objectivos primordialmente definidos.

Uma vez que o projecto *Seniores in Second Life* é um projecto inovador, pouco desenvolvido e estudado, não foi possível realizar um tratamento comparativo de dados. Aliás, todo o estudo apresentado sugere novas investigações mais aprofundadas.

Os resultados obtidos parecem revelar que, a interação nos mundos

virtuais é favorecida pelo facto do *SL* disponibilizar uma ferramenta de comunicação síncrona que permite a interactividade e imersão, o que leva os participantes a sociabilizar e a desenvolver laços fortes de afetividade.

Este ambiente virtual permite que os formandos, mesmo fisicamente distantes, colaborem na organização de actividades, como encontros informais, palestras, etc. Podemos, assim, afirmar que concordamos com (kingsley e wankel, 2009:160), quando dizem que o *Second Life* pode ser utilizado como uma plataforma de colaboração síncrona e eficaz nas actividades de aprendizagem, tendo a possibilidade de desenvolver com criatividade o design.

Na análise da comunicação registaram-se algumas lacunas, como a interacção não-verbal (dificuldade de utilização de gestos), que podem ser corrigidas em posteriores estudos mais aprofundados e com mais tempo de observação. Outra limitação do estudo foi o facto de as condições de formação não serem as favoráveis para o uso do *Second Life*, pois, como foi referido, a formação, desenvolvida na Escola Básica Integrada da Quinta do Conde, colocou, dificuldades na conexão à *Internet*; daí só se terem realizado apenas três encontros no *Second Life*. A amostra do estudo também era significativa, pelo que seria interessante, futuramente, executar um novo estudo.

O projecto *Seniores in Second Life* tinha como propósito, ainda que de forma subliminar, esclarecer o uso do *SL*, procurando demonstrar as potencialidades da utilização destes mundos virtuais na população sénior, nesta nova Era Digital.

REFLEXÃO CRÍTICA

O projecto desenvolvido permitiu concluir positivamente sobre a utilização espaços virtuais a 3 dimensões, nomeadamente o *Second Life*, na criação de instrumentos educativos, sociais e culturais para a comunidade sénior.

A população, cada vez mais, está envelhecida e segundo dados e estudos estatísticos do INE, aquilo que é o fenómeno do envelhecimento demográfico, apresenta-se hoje num processo dinâmico de patente aumento, fruto das baixas taxas de natalidade e mortalidade. Com o aumento da população idosa e estes cada vez mais expostos aos computadores e às tecnologias, é importante que estejam informados do que os computadores podem fazer por eles. Daí a ideia de criar um projecto dirigido para esta faixa etária.

Actualmente, sou professora de informática, na escola Básica Integrada da Quinta do Conde, em que 76% dos meus alunos são adultos, dos quais 42% têm idade igual ou superior a 50 anos, estando em contacto diário com esta faixa etária pretendi desenvolver este projecto de forma a integrar a população sénior na sociedade digital e melhorar as suas condições sociais, culturais e educacionais, aumentando o seu auto-estima e a sua qualidade de vida.

Com o estudo desenvolvido, não se pretende chegar a conclusões generalizáveis, no entanto, os resultados revelados poderão ser úteis na produção de estratégias e métodos a adoptar para educação digital da população sénior. Fica a melancolia de não se ter conseguido desenvolver o projecto conforme o planeado. No entanto, numa perspectiva futura, espero que o projecto "**Seniors in Second Life**" ganhe no 7º Concurso Poliemprende, visto ser uma iniciativa "inovadora" em Portugal que fornece todo o tipo de serviço para a inclusão dos seniores no mundo digital. No sentido de dar resposta às necessidades do país. O projecto **Seniors in Second Life** surge como uma solução aos factores chave de progresso definidos na estratégia de Lisboa «EU 2020», construção de uma sociedade mais inteligente, verde e inclusiva. Neste sentido o serviço oferecido dispõe de uma formação na área das TIC, para os utilizadores que necessitem de adquirir competências nesta área, seguidamente quando os seniores estiverem adaptados ao mundo digital fornecemos o serviço de formação em *Second Life*, adaptado às necessidades e ao ritmo dos formandos, a *posteriori* quando os utilizadores estiverem integrados no *Second Life*

forneçemos outro serviço de desenvolvimento de actividades que visem o bem-estar e melhoria de qualidade de vida, como assistir a um concerto no Second Life ou desenvolver workshops temáticos. À medida que o negócio for estabilizando, será necessário pensar numa estratégia de expansão e nesse sentido, com base na avaliação contínua do mesmo, esta passará por expandir o raio de acção aos Países de União Europeia.

Outro projecto que ficou por concretizar foi o concurso ao **Programa de Aprendizagem ao longo da Vida**, na medida GRUNDTVIG, na acção de mobilidades individuais - Projecto de Voluntariado Sénior. Esta acção apoia projectos, dirigidos a adultos com idade superior a 50 anos, que são constituídos por duas instituições, de dois países diferentes. Espero conseguir realizar esta acção numa futura investigação, quem sabe num terceiro ciclo do processo de Bolonha.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAVV, (2001), *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* da Academia de Ciências de Lisboa, Verbo, ISBN: 9789722220460
- BARBAS, M. e Campiche, J. (2007) *Educação entra no Second Life*. Jornal O Ribatejo (edição 1155). Consultado a 4 de Janeiro de 2010 em:
[http://www.oriabatejo.pt/index.php?lop=conteudo&op=b3e3e393c77e35a4a3f3cbd1e429b5dc&drops\[drop_edicao\]=124](http://www.oriabatejo.pt/index.php?lop=conteudo&op=b3e3e393c77e35a4a3f3cbd1e429b5dc&drops[drop_edicao]=124)
- BECKER, Howard e GEER, Blanche (1978). *"Participant observation and interviewing: a comparison"*, Consultado a 3 de Maio de 2010 em:
<http://blogs.ubc.ca/qualresearch/files/2009/09/Becker-Geer.pdf>
- BETTENCOURT, T; Abade, A (2008). *Mundos Virtuais de Aprendizagem e de Ensino – uma caracterização inicial*. Consultado a 4 de Maio de 2010 em:
<http://161.67.140.29/iecom/index.php/IECom/article/viewFile/159/153>
- BRANSFORD, J., & Gawel (2006). Foreword: Thoughts on Second Life and learning. In D. Livingstone & J. Kemp (Eds.), *Proceedings of the Second Life Education Workshop at the Second Life Community Convention*. Consultado a 30 de Março de 2010 disponível em:
<http://www.simteach.com/SLCC06/slcc2006-proceedings.pdf>
- CAÇÃO, Olga (2009), *Construção de Comunidades Virtuais com o Second Life*, Universidade de Aveiro. Consultado a 8 de Março de 2010 em:
<http://biblioteca.sinbad.ua.pt/teses/2009001393>

Referências

HALL, Edward T. (1963) "Proxémica". Consultado a 8 de Maio de 2010 em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Prox%C3%AAmica>

HIEMSTRA, Roger. Aspects of effective learning environments. In:(Ed.) *Creating environments for effective adult learning*. New Directions for Adult and Continuing Education, Number 50, Summer 1991. San Francisco: Jossey-Bass. Consultado a 4 de Maio de 2010 em:
<http://www-distance.syr.edu/ndacelech1.html>

HINE, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC, Barcelona. ISBN: 84-9788-019-6. Consultado a 3 de Maio em:
http://books.google.pt/books?id=CZkG-7lYWbgC&printsec=frontcover&dq=etnografia+virtual+%2BChristine+Hine&hl=pt-PT&ei=JiDpS8-6Ep6CmwPfnNXwDA&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CDcQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

HODGE, Elizabeth *et al.* (2009). *The Virtual Worlds Handbook: How to Use Second Life® and Other 3D Virtual Environments*. Jones & Bartlett Pub (December 14, 2009) ISBN – 13: 9780763777470

LOSEIRO, Italo (2008). *Second Life, scoula e didattica*. Consultado a 1 de Maio de 2010 em:
http://www.lulu.com/items/volume_63/1222000/1222406/4/print/1222406.pdf

MOREIRA, António *et al.* (2009). *Second Life: Criar|Produzir|Importar*. Fundação para a Divulgação das Tecnologias de Informação, Lisboa. ISBN: 978-972-8737-52-8

MURPHY, Karen L. & Mauri P. COLLINS (1997). *Communication Conventions in Instructional Electronic Chats*. Consultado a 26 de Abril de 2010 em: <http://disted.tamu.edu/aera97a.htm>

NESSON, Rebecca; Nesson, Charles (2008). *The Case for Education in Virtual Worlds*. Consultado a 20 de Abril de 2010 em: <http://www.eecs.harvard.edu/~nesson/e4/ed-vw-1.0.pdf>

O'REILLY, Tim (2006) *Web 2.0*. Consultado a 4 de Maio de 2010 em: <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>

PILET, Stéphane, (2007), *Les Secrets de Second Life*. Frist Interactive, ISBN: 978-2-7540-0515-9

PITA, Sara, (2008), *As Interações no Second Life : a comunicação entre avatares*, Prisma.com nº6, ISSN : 1646-3153

ROURKE, L. & Anderson T. & Garrison, D. R. & Archer, W. (2001) <http://auspace.athabascau.ca:8080/dspace/bitstream/2149/732/1/Assessing%20Social%20Presence%20In%20Asynchronous%20Text-based%20Computer%20Conferencing.pdf>

SILVA, Ricardo e Ana Vidigal, (2005), *Educação, Aprendizagem e Tecnologia – Um Paradigma para Professores do Século XXI*. Edições Sílabo, ISBN: 972-618-356-1

SÍLVIO, José, (1999) *Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente*. Consultado a 20 de Novembro de 2009 em: http://www.funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docu_parti/esp_doc_31.html

Referências

VINCIARELLI, Alessandro *et al.* (sem data). "Social Signal Processing: Survey of an Emerging Domain", Consultado a 9 de Maio de 2010 em: <http://www.idiap.ch/~vincia/papers/sspsurvey.pdf>

WANKEL, C., Kingsley, J., (2009), *Higher Education in Virtual Worlds: Teaching and Learning in Second Life*, Emerald Group Publishing Limited, ISBN: 978-1-84950-609-0

YEE, Nick *et al.* (2007). "The Unbearable Likeness of Being Digital: The Persistence of Nonverbal Social Norms in Online Virtual Environments". Consultado a 8 de Maio de 2010 em: <http://www.nickyee.com/pubs/Yee,%20Bailenson,%20Urbanek,%20Chang%20&%20Merget%20-%20SL%20NonVerbal.pdf>

ZAGALO, N., Pereira, L., (2008), *Ambientes Virtuais e Second Life*, in Carvalho, Ana Amélia A., (Org.), *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*, Ministério da Educação DGIDC, ISBN: 978-972-742-294-4, (p.147-165)

LIGAÇÕES À INTERNET POR ORDEM DE APRESENTAÇÃO DO TEXTO ESCRITO

Wikipédia. Consultado no dia 8 de Novembro de 2009 em: Wikipédia - http://pt.wikipedia.org/wiki/Redes_sociais

Facebook. Consultado no dia 8 de Novembro de 2009 em: <http://www.facebook.com>

Twitter. Consultado no dia 8 de Novembro de 2009 em: <http://twitter.com/>

Second Life. Consultado no dia 8 de Novembro de 2009 em: <http://secondlife.com/>

Facebook vs Twitter, Consultado no dia 10 de Novembro de 2009 em: <http://www.tecnologiadoglobo.com/2009/05/twitter-vs-facebook/>

Life Long Learning: Seniors in Second Life Continuum. Consultado no dia 10 de Novembro de 2009 em: <http://www.scipub.org/fulltext/jcs/jcs4121064-1070.pdf>

eMarketer. Consultado no dia 20 de Novembro de 2009 em: <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007482>

Second Life. Consultado no dia 20 de Janeiro de 2010 em: <http://secondlife.com/whatis/avatar/>

Ambientes Virtuais e Usos Educacionais do *Second Life*. Consultado no dia 10 de Novembro de 2009 em:

Referências

<http://ensinointernacional.blogspot.com/2009/11/ambientes-virtuais-e-usos-educacionais.html>

Ilha tempos D'oiro. Consultado no dia 18 de Novembro de 2009 em:
<http://associacaotempusdoiro.org/tempus.html>

SLESES - Ilha da Escola Superior de Educação de Santarém, Consultado no dia 18 de Novembro de 2009 em:
<http://slurl.com/secondlife/Sleses/39/216/21>).

Ilha Meteora. Consultado no dia 18 de Novembro de 2009 em:
<http://slurl.com/secondlife/Meteora/177/161/27/>

Ilha "Okeanos". Consultado no dia 18 de Novembro de 2009 em:
<http://slurl.com/secondlife/Okeanos/64/217/30/>

Projecto SLESES. Consultado no dia 22 de Novembro de 2009 em:
<http://sleses.blogspot.com/>

ANEXOS

ANEXO 1 – INQUÉRITO

Inquérito nº

O presente inquérito insere-se no âmbito da disciplina de Estágio Profissionalizante do Mestrado de Educação e Comunicação Multimédia, ministrado na Escola Superior de Educação de Santarém. Este trabalho tem subjacente a criação de uma Comunidade Sénior, que assenta num espaço virtual que funciona como um percurso de interacção a distância com pessoas, essencialmente, com mais de 50 anos de idade, promovendo simultaneamente a utilização do computador e da Internet.

Este Inquérito tem como finalidade saber quais as Ferramentas digitais mais usuais para promover a sociabilidade e perceber até que ponto é que os mundos virtuais podem ser um espaço apetecível de comunicação.

O inquérito é totalmente anónimo. As respostas destinam-se somente a tratamento estatístico, de modo a tornar exequível este mesmo projecto.

Informações Gerais

Idade:

Sexo:

1. É utilizador regular da Internet?

Sim Não

2. Utiliza alguma ferramenta de comunicação online?

Sim Não (passe à questão 4)

3. Qual a ferramenta de comunicação online que utiliza com regularidade?

3

4. Das seguintes Redes Sociais quais conhece e/ou utiliza com regularidade. (até 3opções)

Hi5 Facebook MySpace Ning Second Life (Se seleccionou esta opção responda à questão seguinte se **Não** passe à questão 6)

5. Acha que Second Life é um espaço atractivo de comunicação?

Sim

Não

6. Na sua opinião acha que os mundos virtuais promovem a sociabilidade?

Sim

Não

7. Quais os tipos de actividades que gostaria de desenvolver? (até 2 opções)

Cultural (Música, Teatro, Leitura) Não

Educação (Formação em diversas áreas) Não

Social (Convívio) Não

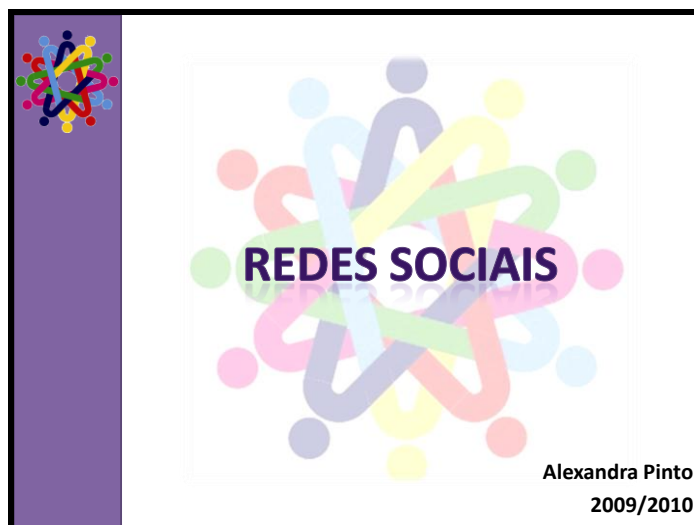
Saúde (Rastreios) Não

Arte (Exposições) Não

Outros _____

OBRIGADA pela sua colaboração!

ANEXO 2 – REDES SOCIAIS



REDES SOCIAIS

Redes Sociais na Internet


“São grupos ou espaços específicos na Internet, que permitem partilhar dados e informações, sendo estas de carácter geral ou específico, das mais diversas formas (textos, arquivos, imagens fotos, vídeos, etc.)”. [1]

[1] Wikipédia - http://pt.wikipedia.org/wiki/Redes_sociais

REDES SOCIAIS

Exemplos de Redes Sociais

- Hi5
- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- Orkut
- Flickr
- [Second Life](#)





FACEBOOK

O que é

É uma rede social, onde os seus membros interagem entre si, podendo visitar os perfis, fazer amigos, deixar comentários, enviar mensagens, partilhar *links* e vídeos e conhecer melhor as pessoas que nos rodeiam.

www.facebook.com





TWITTER

O que é

O Twitter é uma nova forma de rede social que permite a partilha de ideias, interesses, distribuição de notícias, links, opiniões, chat, e também um meio de divulgação dos negócios.

www.twitter.com




SECOND LIFE

O que é

É uma plataforma tridimensional que simula aspectos da vida real, é um mundo virtual que vive da presença e criatividade dos seus utilizadores, oferece todas as ferramentas necessárias para que cada participante possa criar uma parte desse mundo.

<http://secondlife.com>





TRABALHO DE GRUPO

Objectivos:

- Criar uma apresentação Electrónica em PowerPoint;
- Relativamente ao TEMA:
 - O que é
 - Como Utilizar
 - Vantagens e Desvantagens
 - Como surgiu

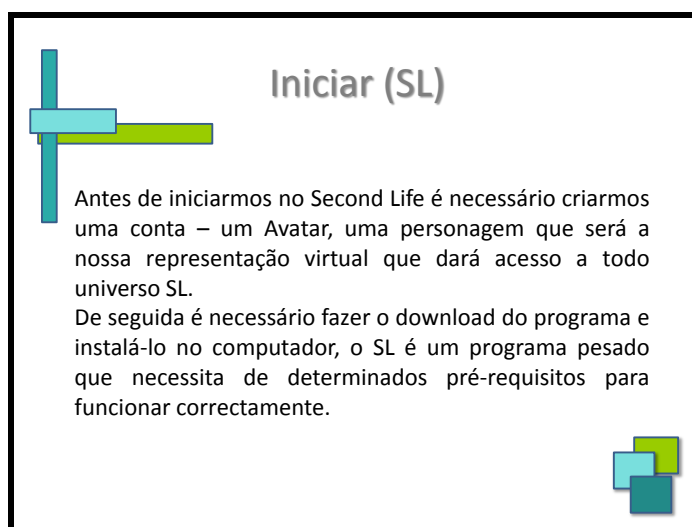
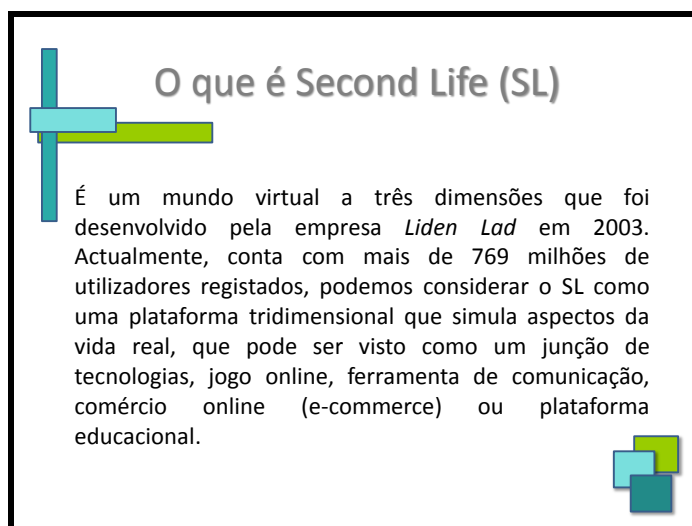
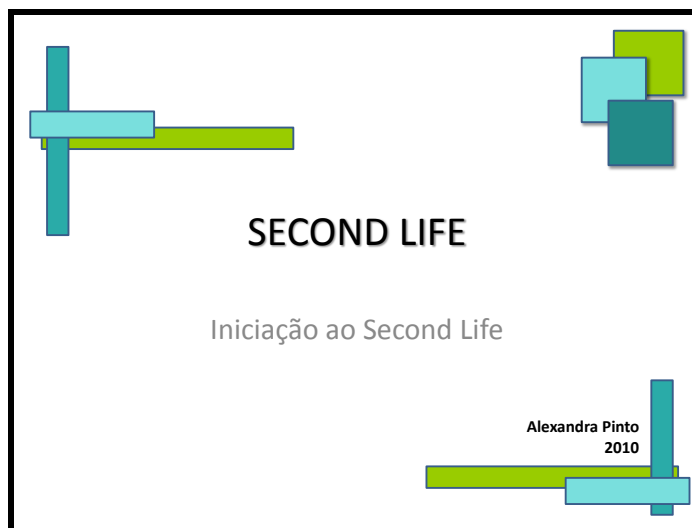


TRABALHO DE GRUPO

TEMAS:

- Redes Sociais – Hi5
- Redes Sociais – Facebook
- Redes Sociais – Second Life
- Redes Sociais - Twitter

ANEXO 3 – ABORDAGEM TEÓRICA EM SECOND LIFE

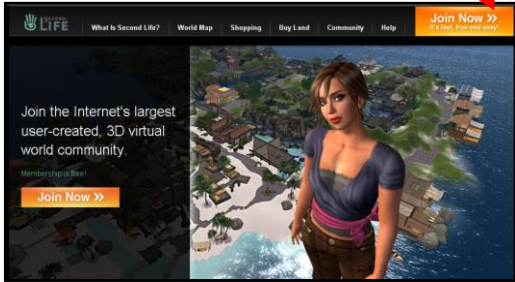


Requisitos do Sistema

Windows	Requisitos Mínimos	Recomendável
Conexão Internet	Cabo ou DSL	Cabo ou DSL
Sistema Operativo	XP ou Vista	XP ou Vista
Processador	Pentium III ou Athion de 800 MHz ou melhor	1,5GHz(XP) 2GHz (Vista) 32bits ou melhor
Memória	512MB ou mais	1GB ou mais
Resolução da Tela	1024 x 768	1024 x 768 ou superior
Placa Gráfica para XP e Vista	NVIDIA GeForce 6600 ou melhor OU ATI Radeon 8500, 9250 (XP) ou melhor OU Chipset Intel 945	Placas gráficas NVIDIA Série 9000: 9600, 9800 Série 200: 275GTX, 295GTX Placas gráficas ATI Série 4000: 4850, 4870, 4890 Série 5000: 5850, 5870, 5970


Registrar no Second Life

Abrir a Web da SL: www.secondlife.com
Clique em Join Now



Registrar no Second Life

Pode escolher o idioma Português e de seguida preencher os campos.



Registrar no Second Life

Seguidamente personalize o seu Avatar, escolha um sobrenome de uma lista predefinida, e aparência inicial.

Registrar no Second Life

Faça algumas verificações. Por uma questão de segurança do site, escreva as palavras que lê no retângulo em baixo.

Criar Conta/ Create Account

Para finalizar a sua conta clique em **Criar Conta**. Onde Será enviada para o seu email uma mensagem para activar a sua conta.

De seguida, na mensagem que recebe clique no endereço indicado. Irá ter a uma Página Web para confirmar a criação do seu avatar.

Finalmente, faça download do **Viewer do SL** e instale-o no seu computador (Pc).

Iniciação ao SL

Após o download do **Viewer do SL** e da sua instalação, ao iniciar pela primeira vez o programa este pode estar um pouco lento.

Isto porque o seu Pc tem que Rezzar todos os objectos à sua volta, inclusive o seu avatar.

Primeiro que tudo, e muito importante é aprender a movimentar-se, a comunicar e a conhecer um pouco do menu deste programa.



Movimentar-se em SL

Para se movimentar mais depressa pode Voar.

Para voar pode clicar no botão **Fly**, que fica no fundo lateral esquerdo do ecrã. Para parar de voar basta clicar no botão **Stop Flying**.

Ou pode também clicar na tecla **page up** do seu teclado e clicar em **page down** para parar de voar.

Para se mexer enquanto voa é necessário usar as setas como se estivesse a andar.

Movimento	Teclas
Saltar ou Voar	E ou Page Up
Agachar ou Aterrizar	C ou Page Down
Começar a Voar	F ou Home

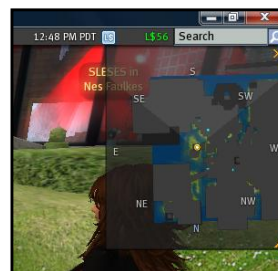


Localizar-se em SL

Para saber onde está situado na ilha, pode orientar-se com o seu **mini-mapa**. O mini-mapa está no canto superior direito do seu ecrã. Nele pode ver onde está e quantas pessoas estão na mesma ilha.

Para saber onde está só precisa de saber que:

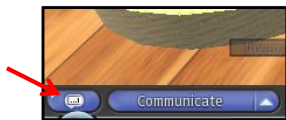
- Cada pontinho verde no **mini-mapa** representa um avatar;
- A bolinha branca e amarela é o seu avatar.



Comunicar em SL

O SL dispõe de um processo comunicativo diversificado, podemos utilizar a voz e/ou a escrita

Se clicar no botão do canto inferior esquerdo do ecrã com um balão irá aparecer um espaço para escrever.



Escreva aqui uma mensagem, todos os que estiverem perto de si poderão lê-la, pois estará a escrever no **Chat geral**.

Comunicar em SL

Se clicar no botão **Communicate** irá aparecer uma janela onde pode optar por escrever no **Chat geral**, ou num **chat privado** com um dos seus contactos.

Se optar pelo **chat privado** ou **IM (Instant Message)** tudo o que escrever nessa janela apenas poderá ser lido por si e pelo amigo com o qual está a conversar.

Para optar por uma janela de chat privado basta clicar no separador **contacts**, depois no separador **friends** e escolher o amigo que quer privar.

Comunicar em SL

Ainda na janela **communicate** pode comunicar de outras formas.

No separador **Groups** pode ver os grupos aos quais pertence. No início é normal que não tenha nenhum, mas mais tarde se quiser mandar uma mensagem para todos os membros de um determinado grupo pode fazê-lo aqui. Pois assim, apenas os membros desse grupo podem ler o que escreveu.

Comunicar em SL

Nos **Chats** pode utilizar a voz em vez de texto, neste processo é necessário possuir um **microfone** e **colunas/headphone**, para comunicarmos no chat geral ou no **one-to-one voice chat**.

No topo esquerdo do ecrã seleccione o menu **Edit**. Escolha **Preferences**. Aqui no separador **voice chat** clique on na opção **enable voice**.

Irá aparecer um novo menu no canto inferior direito do ecrã. Aqui clique no botão **talk** e no cadeado.



Gerir Contactos

Para adicionar contactos no SL pode fazê-lo de várias formas:

- Pode clicar com o botão direito do rato em cima da pessoa que deseja adicionar e no menu circular escolher **add friend**;
- Pode procurar em **search** no separador **people** o nome da pessoa que deseja adicionar e escolher **add friend**.

ATENÇÃO:

- Após adicionar como amigo, essa pessoa recebe a informação de quando o seu avatar entra e sai da SL, e vice-versa.
- Por isso, adicionar como amigo, não se faz com todos os avatares que conhece, apenas com aqueles que já conhece um pouco e que já considera amigos.

Inventário (Inventory)

No inventário podemos ver todos os objectos contactos e documentos, etc.

Para abrir o seu inventário clique no botão **Inventory**, no lado inferior direito do ecrã.

O nosso inventário divide-se em 2 pastas: **All Items** e **Recent Items**.

All items: Onde estão todos os objectos que temos.

Recent items: Onde estão os objectos que adquirimos recentemente.

Inventário (Inventory)

Na Pasta **All items** está dividida em pasta **Library** e pasta **My Inventory**.

Na pasta **Library** encontramos todos os objectos que o nosso avatar possui por predefinição.

Na pasta **My Inventory** estão primeiro todos os objectos iniciais do nosso avatar e mais tarde todos os objectos que adquirimos.

NOTA

Convém o nosso inventário estar sempre o mais organizado possível. Para depois não demorarmos muito tempo a encontrar o que precisamos.



Procurar (Search)

O botão **search** dá acesso a um motor de busca dentro do SL.

Ao clicarmos no botão **search**, no centro inferior do ecrã, acedemos ao motor de busca da SL onde podemos procurar sítios, eventos, pessoas...



Interagir com Objectos

Para interagirmos com um objecto basta clicarmos com o botão direito do rato em cima do objecto, e logo irá aparecer um menu rotativo com várias opções.



Interagir com Objectos

Alguns objectos têm **scripts**. Ou seja, quando lhes tocamos o nosso avatar fica com a animação que o script tiver. Algumas das animações estão dentro de uma pequena bola, como no caso de cadeiras ou sofás.



Controlar a Câmara

O SL é muito importante a capacidade de vermos o que nos rodeia.

Para mudarmos a nossa posição de câmara sem mexer o nosso avatar temos algumas opções:

- No topo do ecrã seleccione o menu **View** e depois clique em **câmara controls**.
- Clicar na tecla **Alt** fixar o rato (clicando no botão esquerdo) num ponto e movimentá-lo.



Movimentar a Câmara

Ctrl+Alt+rato permite rodar a câmara à volta do objecto em todos os ângulos.

Ctrl+Shift+Alt+rato vai permitir rodar a câmara para cima, baixo, esquerda ou direita ao longo da vista do ecrã. Isto permite posicionar a câmara sem a fixar num objecto.

Para a câmara voltar ao normal basta clicar em **Esc** ou começar a andar com o seu avatar.

Alterar Aspecto Avatar

O nosso avatar é a nossa representação na SL.

Daí que se torne importante que ele tenha o aspecto que nós desejamos.

Para alterar o aspecto, clique com o botão direito do rato em cima do seu avatar.

No menu circular escolha **appearance**.



Alterar Aspecto Avatar

Para alterar a sua aparência basta agora alterar as diferentes partes do seu corpo como quiser.

Pode alterar todos os aspectos da sua cara e corpo, toda a forma do seu avatar.



Quando tiver alterado tudo o que deseja grave em **Save as**. Dê um nome à sua **shape**, para o caso de mudar sem querer e querer recuperar a aparência.

Alterar Aspecto Avatar

Pode alterar o seu avatar como quiser, no entanto, fica alguns conselhos:

-A cabeça do avatar convém ser média, é aconselhável rondar os 51 ou 55, para que mais tarde seja possível colocar qualquer tipo de cabelo.

-Não se preocupe com o cabelo, brevemente poderá comprar um a seu gosto.

-O tamanho dos pés deve estar a 0. Mais tarde quando comprar uns sapatos estes trazem um script para alterar o formato do pé para caber de forma perfeita.

-Os seus olhos, para serem mais realistas, poderá também os comprar.

-Pode alterar a **Skin**, a sua pele, mas se procura uma mais realista compre uma. Existem boas lojas de **Skins**, apenas precisará de procurar.

Para melhor ver como está a ficar o seu avatar movimente a sua câmara, para o ângulo que mais lhe favorecer a vista da parte do corpo que está a alterar.

Mudar a Roupas do Avatar

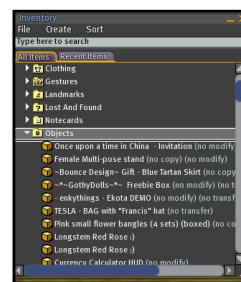
Existem várias ilhas com várias roupas grátis "freebie". Procure por freebies no menu search.



Mudar a Roupas do Avatar

Para experimentar um dos objectos, vá ao seu inventário, seleccione o objecto escolhido com o botão direito do rato e clique em Wear.

Caso os objectos estejam agrupados numa caixa, vá à pasta Objects, seleccione a caixa que deseja desempacotar e arraste-a para o chão. Quando conseguir ver a caixa, clique em cima dela com o botão direito do rato e no menu escolha open e copy to inventory.



Referências

Moreira, António et al (2009). Second Life: Criar|Produzir|Importar. Fundação para a Divulgação das Tecnologias de Informação, Lisboa. ISBN: 978-972-8737-52-8.

Messias, Inês (2009). Second Life: Introdução ao Second Life. ESES

Messias, Inês (2009). Second Life: Criação de Avatares. ESES

Messias, Inês (2009). Second Life: Alteração de Avatares. ESES

Second Life. Consultado a 20 de Março de 2010 em: www.secondlife.com

ANEXO 4 – 7ºPOLIEMPREENDE

Plano de Negócio



Professora Responsável

Maria da Costa Potes Franco Barroso Santa Clara Barbas

Professores Colaboradores

João Paulo Rodrigues da Silva Samartinho

Francisco Morais Varela da Costa Júnior

Mestrado em Educação e Comunicação Multimédia

Alexandra Paula da Costa Pinto

ÍNDICE

1.0 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	6
1.1 Ideia de Negócio	6
1.2 Oportunidade.....	8
1.3 O Serviço	8
1.4 Objectivos	9
1.5 O Mercado e Concorrentes.....	9
1.6 Avaliação Económico-Financeira	9
1.7 Factores Chave de Sucesso.....	9
2.0 IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES.....	10
2.1 Curriculum Vitae	10
2.2 Complementaridade dos Promotores.....	15
3.0 PLANO DE MARKETING	16
3.1 Definição do Negócio, do Produto ou Serviço.....	17
3.1.1 Descrição do Serviço	19
3.1.2 Serviços Concorrentes	21
3.1.3 Serviços Substitutos.....	22
3.1.4 Serviços Complementares.....	22
3.1.6 Vantagem Competitiva	22
3.2 Clientes.....	23
3.2.1 Estratégia de Segmentação do Mercado Alvo.....	23
3.2.1.1 Segmentação do Mercado.....	26
3.2.2 Dimensão e Potencial de Crescimento.....	27
3.2.2.1 Necessidades do Mercado.....	27
3.2.2.2 Tendências do Mercado	28
3.2.2.3 Crescimento do Mercado	28
3.2.3 Manifestações de Interesse/Contacto com Potenciais Clientes ou Parceiros.....	29
3.3 Concorrentes	30
3.3.1 Identificação e Caracterização do Sector (CAE).....	30

3.3.1.1 Concorrentes Actuais	30
3.3.1.2 Concorrentes Potenciais	31
3.3.1.3 Análise das Linhas de Serviços dos Concorrentes.....	31
3.3.1.4 Preços de Serviços dos Concorrentes	31
3.3.1.5 Publicidade e Promoções Desenvolvidas pelos Concorrentes	32
3.3.1.6 Canais de Distribuição Utilizados	32
3.3.1.7 Caracterização do Sector.....	32
3.3.2 Vantagem Competitiva	32
3.3.2.1 Pontos Fortes: Sem concorrência directa	32
3.3.2.2 Pontos Fracos: Fácil reprodução	33
3.4 Análise do Meio Envolvente.....	33
3.4.1 Oportunidades.....	33
3.4.2 Ameaças.....	33
3.4.3 Cenários Futuros / Tendências.....	34
3.5 Análise SWOT	34
4.0 MARKETING MIX	35
4.1 Posicionamento	35
4.2 Estratégia de Serviço	36
4.3 Estratégia de Preço.....	37
4.4 Estratégia de Distribuição	37
4.5 Estratégia de Comunicação	37
5.0 ESTRATÉGIA DE VENDAS	40
5.1 Previsão de Vendas	40
6.0 PLANO E ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRO	41
6.1 Pressupostos	42
6.2 Resultados Líquidos Previsionais.....	45
6.3 Análise Económica ou da Rentabilidade	45
6.3.1 Rentabilidade	45
6.3.2 Análise do Ponto Critico das Vendas	47
6.3.3 Actividade.....	48
6.3.4 Produtividade	49
6.4 Análise do Equilíbrio Financeiro	49

6.4.1	Liquidez.....	49
6.4.2	Endividamento	51
6.5	Conclusões	52
6.5.1	Cash-Flow Previsional.....	52
6.5.2	Avaliação do Projecto	53
6.5.3	Análise de Sensibilidade.....	53
6.6	Avaliação do Risco	57
6.6.1	Risco Técnico	57
6.6.2	Risco de Mercado.....	57
6.6.3	Risco Financeiro.....	57
6.6.4	Risco de desenvolvimento do produto.....	58
6.6.5	Risco Económico	58
7.0	PROCESSO DE OPERAÇÕES	59
7.1	Resumo da Empresa	59
7.1.1	Visão.....	59
7.1.2	Missão.....	59
7.1.3	Valores.....	59
7.1.5	Estrutura Organizacional.....	60
7.1.6	Equipa de Gestão.....	61
7.1.6.1	Competências	61
7.2	Processos e Capacidade / Tecnologia	62
7.2.1	Processos para a Produção do Serviço	62
7.2.2	Processos para o Fornecimento de Serviços.....	63
7.2.3	Capacidades.....	63
7.2.4	Tecnologia	64
7.3	Plano de Recursos Humanos	65
7.4	Localização da Empresa	65
7.5	Cadeia de Valor.....	66
8.0	IMPACTO SOCIAL	67
8.1	Geração de Emprego Qualificado	67
8.2	Parcerias Tecnológicas	67
8.3	Parcerias de Negócio.....	67

9.0 CARACTERIZAÇÃO JURÍDICA DA EMPRESA.....	67
9.1 Aspectos Jurídicos da Empresa	67
9.1.1 Denominação Social e Jurídica	67
9.1.2 Tipo de Sociedade.....	68
9.1.3 Custos de Legalização	68
9.2 Pacto Social	68
9.3 Plano de Implementação, Investimento e Controlo	69
10.0 PLANO DE CONTINGÊNCIA	70
11.0 ANEXOS	71
Projecções do BP para 2010-2011	71
Taxa de Derrama de IRC lançada para cobrança em 2010 referente ao exercício de 2009.....	71
Taxas de juro de referência em 26/04/2010	72
Volume de negócios do mercado - Fonte: INE.....	73
Dados relativos ao CAE: 85593 Outras actividades educativas, n.e. - Fonte: Coface.....	74
Balanço Previsional da Seniors In Second Life.....	75
Demonstração de Resultados Previsional da Seniors In Second Life	76
Tesouraria Líquida da Seniors In Second Life	77
Cash-Flow da Seniors In Second Life	77
Indicadores Económicos da Seniors In Second Life	78

1.0 SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Plano de Negócio tem como objetivo apresentar os estudos e análise da implementação do projecto Seniors in Second Life.

O projecto “Seniors in Second Life” **questiona as diferentes ferramentas digitais que podem promover a sociabilidade de adultos com idade superior a 50 anos, destacando os mundos virtuais, afim de, perceber até que ponto o *Second Life(SL)* pode ser um espaço atractivo de comunicação síncrona e assíncrona.**

1.1 Ideia de Negócio

No mundo em que vivemos, o impacto das tecnologias de informação e comunicação (TICs) é sentido sobre toda a actividade económica e social, seja no trabalho, no lazer ou nas relações entre os indivíduos, com principal relevo para a sua forma de comunicar.

A utilização de tais tecnologias cria e recria novas formas de interacção, novas identidades, novos hábitos sociais, ou seja, novas formas de sociabilidade. As relações sociais já não ocorrem, necessariamente, pelo contacto físico entre os indivíduos. Na sua maioria passaram a ser mediadas pelo computador, independentemente do espaço e do tempo.

A população residente em Portugal tem vindo a denotar um continuado envelhecimento demográfico. Os ganhos na esperança média de vida da população portuguesa são, cada vez mais, provenientes do aumento da sobrevivência em idades avançadas. No período de 2006 a 2008, a esperança média de vida à nascença foi estimada em 79 anos, sendo a qual de 75 anos para os homens e 82 anos para as mulheres. Segundo as Projecções da população¹⁶, em 2008, o número de indivíduos com mais de 65 anos era de 1 874 209 (17,6%). A evolução de 2008 para 2030 e 2060 vem mais uma vez confirmar o envelhecimento da população portuguesa. Considerando o decréscimo da população jovem, em simultâneo com o aumento da população idosa, o índice de envelhecimento da população aumentará. No cenário central, em 2060 residirão em Portugal 271 idosos por cada 100 jovens, mais do dobro do valor projectado para 2009 (116 idosos por cada 100 jovens). (Gráfico1)

¹⁶Fonte: INE - Projecções da População residente em Portugal entre 2008 e 2060

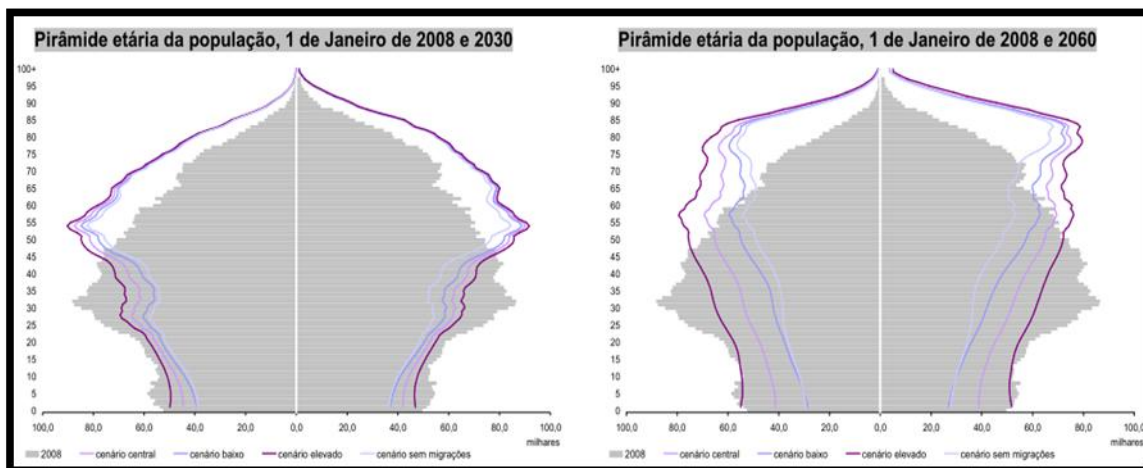


Gráfico 7- Projeções da população residente em Portugal entre 2008 e 2060;
Fonte INE

Com o aumento da população idosa e estes cada vez mais expostos aos computadores e às tecnologias¹⁷ verifica-se, em média um crescimento anual previsível de 17,9% no período compreendido entre 2005 e 2016 no que ao número de utilizadores de internet em Portugal diz respeito, logo é importante que estejam informados do que os computadores podem fazer por eles.

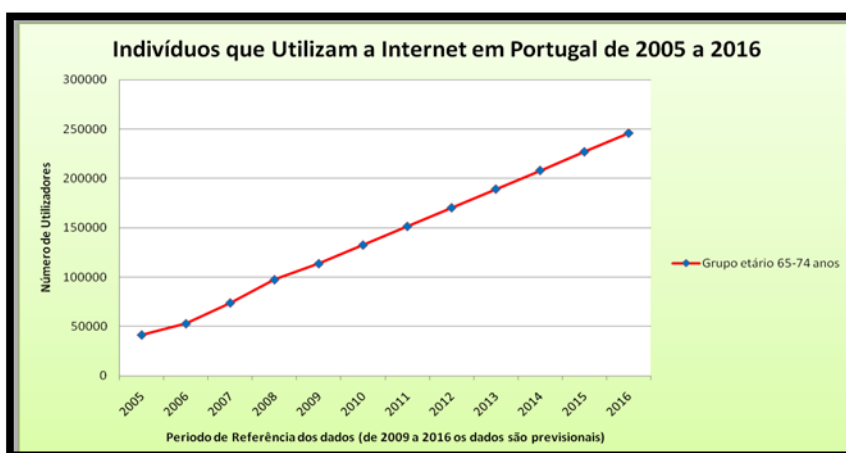


Gráfico 8 - Previsão de indivíduos que utilizam a Internet (%) por grupo etário - Anual entre 2005 e 2016: Adaptado de INE

Segundo o relatório da **eMarketer**, "**Boomers and Social Media**", entre 2008 e 2009 houve um grande aumento de utilizadores com idade igual ou superior a 44 anos nas redes sociais cibernéticas, nomeadamente no Facebook. Este aumento deve-se ao facto de as redes sociais criarem e renovarem as conexões pessoais online, Lisa E. Phillips, analista sénior da eMarketer, diz que "eles

¹⁷ Fonte: Adaptado de INE - Previsão de indivíduos que utilizam Internet (%) por Grupo etário – Anual entre 2005 e 2016.

esperam que a tecnologia os ajude a **viver mais e melhor**, permitindo-lhes manterem-se ligados à família, aos amigos, aos colegas de trabalho e, eventualmente, até aos prestadores de cuidados de saúde."

1.2 Oportunidade

Actualmente, existem enúmeras instituições a promover sessões de formação em informática para idosos, no entanto, ainda não existe nenhuma acção de formação sobre redes sociais, nomeadamente em mundos virtuais. É neste contexto que se detectou uma "lacuna" no mercado que se configura numa oportunidade, assim surge a ideia inovadora de criar uma Comunidade Sénior no Second Life.

Assim, ideia é criar um serviço que permita facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da Web 3.0 contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão, prioridade da estratégia «EU 2020».

1.3 O Serviço

O serviço consiste criar uma comunidade sénior no Second life, desenvolvendo um conjunto de formações e actividades no Second life.

Projectamos, então, num **primeiro momento**, uma formação na área das TIC, destinada a pessoas que não tenham nenhum contacto com as Tecnologias de Informação e Comunicação.

Seguidamente, num **segundo momento** uma formação em Second Life. Esta Formação terá uma duração de 30 horas, durante este tempo os formandos terão formação em seis módulos distintos, **Módulo I – Iniciação em SL, Módulo II – Modelação, Módulo III – Importar conteúdos, Módulo IV – Fotografia, Módulo V – Compras e Módulo VI – Machinima.**

Num **terceiro momento**, o objectivo é desenvolver actividades dentro do Second Life de acordo com as necessidades dos formandos, aqui está previsto, quando a comunidade estiver integrada no *Second Life*, uma visita "in-world" guiada pela Ilha da **NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration)** sobre os fenómenos meteorológicos.

Num **quarto momento**, e após avaliação e consolidação da implementação da comunidade sénior no Second Life, temos como objectivo internacionalizar a ideia para os países da União Europeia (EU27).

1.4 Objectivos

Pretende-se promover o seguinte:

- **Criar uma Comunidade acessível a toda população sénior**, a fim de melhorar as suas condições sociais e a sua integração na sociedade digital, de forma a conduzir ao aumento do auto-estima e da qualidade de vida.
- Desenvolver um conjunto de formações de iniciação ao Second Life.
- Desenvolver actividades que visem o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade sénior, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura.

1.5 O Mercado e Concorrentes

O projecto será apresentado, dinamizado e implementado essencialmente nas Universidades Seniores de Portugal.

Posteriormente e após avaliação será "importando" para os países da União Europeia (EU27).

Os nossos concorrentes poderão ser a RUTIS (Rede de Universidades de Terceira Idade), FDTI (Fundação para o Desenvolvimento das Tecnologias de Informação), Associação Tempus D'oiro e todas as instituições que promovam sessões de formação na área das TIC.

Não se reconhecem grandes campanhas de comunicação e promoções.

1.6 Avaliação Económico-Financeira

O projecto SIRPOR apresenta em termos prospectivos os resultados observados na Tabela seguinte.

Avaliação do Projecto

TAXA DE AVALIAÇÃO (Wacc)	9,85%		
VALOR ACTUALIZADO LÍQUIDO	756 €		
	<u>Anos</u>	<u>Meses</u>	<u>Dias</u>
PAYBACK	1	6	27
TX INTERNA DE RENDIBILIDADE	8,91%		

1.7 Factores Chave de Sucesso

Os Factores-chave de sucesso a articular para atingir os objectivos propostos são:

-

- O
ualidade da informação e formação apresentada;
- P
peração eficiente e orientada para a satisfação do cliente;
-
arcerias consistentes e duradouras.

Questões fundamentais

A organização Seniors In Second Life está numa fase embrionária, como tal não se situa como uma prestadora de serviços na internet. É um assunto crítico, criar um serviço de qualidade, com conteúdo programático reconhecido de forma a poder afirmar-se como referência dentro do sector.

À medida que o negócio for estabilizando, será necessário pensar numa estratégia de expansão e nesse sentido, com base na avaliação contínua do mesmo, esta passará por expandir o raio de acção aos Países de União Europeia.

2.0 IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES

2.1 Curriculum Vitae

Maria da Costa Potes Franco Barroso Santa Clara Barbas

Nome	BARBAS, MARIA DA COSTA P. F. B. SANTA CLARA
Morada	RUA JOÃO AFONSO, Nº 69, 1º DTº. 2000-055, SANTARÉM PORTUGAL
Telefone	(+351) 243329672 (+351) 917570614
Correio electrónico	<u>maria.barbas@ese.ipsantarem.pt</u>
Nacionalidade	Portuguesa
Data de nascimento	15/01/1965

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- Nome e endereço do empregador Instituto Politécnico de Santarém - Escola Superior de Educação de Santarém
Complexo Andaluz, Apartado 131
2001-902 Santarém
- Tipo de empresa ou sector Ensino Superior Politécnico
- Função ou cargo ocupado Nomeação definitiva como Professora Coordenadora no Núcleo de Tecnologia Educativa

FORMAÇÃO ACADÉMICA E PROFISSIONAL

- Nome da organização de ensino Universidade de Aveiro
- Designação da qualificação atribuída Pós-Doutoramento
A dissertação sob tema E-Portefolios 2.0 e histórias de vida: instrumentos Pedagógicos de Empregabilidade
- Nome da organização de ensino Escola Superior de Educação de Santarém
- Designação da qualificação atribuída Doutoramento em Ciências da Educação
Na especialidade de Comunicação Educacional e Multimédia

Alexandra Paula da Costa Pinto

- Nome PINTO, ALEXANDRA PAULA DA COSTA
- Morada RUA JOSÉ CARDOSO PIRES, Nº9 3ºESQ
2840-614 SEIXAL
PORTUGAL
- Telefone (+351) 212228417
(+351) 916973193
- Correio electrónico **alexandra.aegc@gmail.com**
- Nacionalidade Portuguesa

Data de nascimento 05/07/1985

**EXPERIÊNCIA
PROFISSIONAL**

- Nome e endereço do empregador Escola Básica e Integrada da Quinta do Conde
Rua António José de Almeida
2975-316 Quinta do Conde
Portugal
- Tipo de empresa ou sector Ensino
- Função ou cargo ocupado Professora Contratado do Grupo 550 -
Informática

**FORMAÇÃO ACADÉMICA E
PROFISSIONAL**

- Nome da organização de ensino Escola Superior de Educação de Santarém
- Designação da qualificação atribuída Mestrando em Educação e Comunicação
Multimédia
- Nome da organização de ensino Escola Superior de Educação de Santarém
- Designação da qualificação atribuída Licenciatura em Educação e Comunicação
Multimédia

João Paulo Rodrigues da Silva Samartinho

Nome SAMARTINHO, JOÃO PAULO RODRIGUES DA SILVA

Morada

PORTUGAL

Telefone (+351) 916447977

Correio electrónico **samartinho@esg.ipsantarem.pt**

Nacionalidade Portuguesa

Data de nascimento 24/07/1963

**EXPERIÊNCIA
PROFISSIONAL**

- Nome e endereço do empregador Instituto Politécnico de Santarém - Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém
Complexo Andaluz, Apartado 295
2001-904 Santarém
- Tipo de empresa ou sector Ensino Superior Politécnico
- Função ou cargo ocupado Professor Adjunto

**FORMAÇÃO ACADÉMICA E
PROFISSIONAL**

- Nome da organização de ensino Universidade de Évora – Departamento de Gestão
- Designação da qualificação atribuída Programa de Doutoramento em Sistemas de Informação
Parte curricular concluída
- Nome da organização de ensino FCTUC – Universidade de Coimbra
- Designação da qualificação atribuída Sistemas e Tecnologias de Informação

Francisco Morais Varela da Costa Júnior

Nome JÚNIOR, FRANCISCO MORAIS VARELA DA COSTA
Morada URBANIZAÇÃO DE SÃO MIGUEL, LOTE 23 - 2ºDIREITO
2125-125 MARINHAIS
PORTUGAL
Telefone (+351) 263504950
(+351) 918742384
Fax (+351) 263505306
Correio electrónico **francisco.junior@esg.ipsantarem.pt**

Nacionalidade Portuguesa

Data de nascimento 08/01/1972

**EXPERIÊNCIA
PROFISSIONAL**

Instituto Politécnico de Santarém - Escola
Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém
Complexo Andaluz, Apartado 295
2001-904 Santarém

- Tipo de empresa ou sector Ensino Superior Politécnico
- Função ou cargo ocupado Assistente de 1º Triénio

**FORMAÇÃO ACADÉMICA E
PROFISSIONAL**

- Nome da organização de ensino Universidade de Évora
- Designação da qualificação atribuída Mestrando em Gestão de Empresas
Ramo de Empreendedorismo e Inovação
- Nome da organização de ensino Escola Superior de Gestão de Santarém
- Designação da qualificação atribuída Licenciatura em Gestão de Empresas
Ramo de Finanças Empresariais

Promotores	Função a desempenhar no negócio	Principais competências
------------	---------------------------------	-------------------------

<p>MARIA BARBAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação pública (Seminários, Congressos, Colóquios) apresentar e divulgar o projecto; - Dinâmica de apresentação e divulgação do projecto em espaços públicos (jornais, rádio, Second Life). 	<ul style="list-style-type: none"> - Competências de Investigação na parte teórica do Projecto; - Competências de Socialização e Divulgação do Projecto.
<p>ALEXANDRA PINTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formação, tendo como base o protótipo criado; - Dinamização e divulgação do serviço, através da criação de cartazes, panfletos, do Web site e de apresentações públicas (Seminários, Congressos, Colóquios) que possam surgir. - Realização e produção de conteúdos multimédia das formações, ideias e projectos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competências específicas na concepção, produção, publicação e difusão de conteúdos em multimédia; - Competências para desenvolver, gerir e avaliar as actividades no âmbito da educação multimédia, comunicação, design, ensino a distância, TIC, Mundos Virtuais
<p>JOÃO SAMARTINHO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Como colaborador para a área de sistemas de informação organizacionais; - Em seminários e outras acções de divulgação e/ou promoção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação com recursos humanos envolvidos nas áreas organizacionais; - Comunicação com empresas, instituições e alunos/recém-licenciados;
<p>FRANCISCO JÚNIOR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Como colaborador para a área de económica e financeira; - Planeamento de desenvolvimento da estrutura do negócio; 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação com potenciais investidores e instituições de crédito; - Acompanhamento do desenvolvimento do negócio e respectivos ajustes.

2.2 Complementaridade dos Promotores

3.0 PLANO DE MARKETING

O grupo constituído será responsável por todas as actividades comerciais.

As vendas e o marketing serão descentralizadas de forma a colocar os nossos profissionais perto dos clientes, estas operações servirão para garantir a sua fidelidade e um conhecimento dos mesmos em todos os momentos.

As principais funções são:

- A
s vendas directas;
- C

anal de gestão;	M
•.....	
marketing;	G
•.....	
estão dos serviços;	G
•.....	
estão das contas;	P
•.....	
propostas e contratos de desenvolvimento.	

As vendas, o marketing, os serviços e programa de gestão terão os colaboradores localizados na sede da empresa em Santarém.

A direcção da empresa será responsável pela gestão global e estratégica de vendas, marketing e serviço.

A maioria do pessoal de apoio, das vendas do marketing e dos recursos humanos estarão localizados em regiões específicas de Portugal, constituindo uma equipa de vendas com a metodologia e responsabilidade dos processos definidos para um funcionamento eficaz.

As equipas de vendas e marketing serão compostas por profissionais que têm larga experiência na venda e comercialização de serviços e soluções em e-commerce. Centrar-se-à em mercados estratégicos, alianças e canais de desenvolvimento.

Este é um papel estratégico e não está vinculado às quotas de vendas.

Os resultados do desenvolvimento da empresa serão medidos, ao longo de um horizonte temporal de cinco anos.

Os traços característicos do nosso serviço que o tornam diferente dos demais dizem respeito ao tipo de público a que se destina e a sua principal função – A Comunidade Sénior tem como principal base a tecnologia e as estratégias da «EU 2020», sustentado através da adopção de estratégias e objectivos decorrentes da Web 2.0., ou seja, capacitar as pessoas em sociedades inclusivas e contribuir para a aprendizagem em ambientes inovadores, que disponham de instrumentos educativos, sociais e culturais de modo a que o *Second Life* e as tecnologias sejam um desafio enfrentado pela Terceira Idade.

3.1 Definição do Negócio, do Produto ou Serviço

Objectivos de Marketing

O objectivo último é constituir um canal de comunicação entre o público-alvo e os parceiros de interesse similar aos da empresa Seniors in Second Life.

Esse canal de comunicação proporcionará desenvolvimento de temas de

interesse para o mercado alvo da empresa sobre cada uma das subtemáticas abordadas.

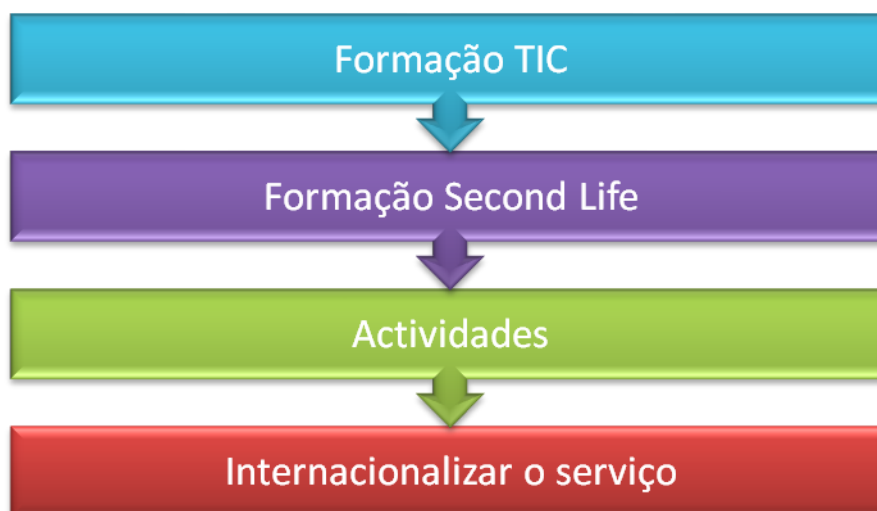
Deve ainda proporcionar-se a comunicação através de fóruns, de forma a ter uma contínua publicação de temas de interesse e conhecimento personalizado do cliente.

Gerais e qualitativos

- C
urto, Médio e Longo Prazo;
- C
aptação de cliente;
- G
anho de notoriedade entre os clientes e parceiros;
- C
onhecimento do cliente através de informações vindas do seu registo;
- C
riação de valor, através de um crescimento positivo em cada sessão de formação;
- A
umento contínuo da penetração de mercado;
- F
idelização de clientes ou desenvolvimento de uma relação a longo prazo com clientes;
- A
umento gradual da satisfação do cliente;
- R
edução de custos de angariação do cliente;
- A
umento do número de parceiros;
- A
gilizar o acesso aos itens dos conteúdos on-line;
- C
riar interacção entre o cliente, *empresa* e parcerias;
- F
idelização de parcerias;
- L
liderança de mercado na formação da área.

3.1.1 Descrição do Serviço

O serviço é constituído por um conjunto de formações e actividades no Second Life.



Primeira Fase: Formação em TIC

Para que a formação em Second Life decorra da melhor forma é necessário que os formandos tenham algumas competências em TIC (e-skills), para tal disponibilizamos um pacote de formação em TIC, no final desta formação os formandos estarão aptos a manusear correctamente um computador, a utilizar as ferramentas básicas do sistema operativo e a navegar na Internet. A formação terá a duração de 16h dividida em três módulos, Introdução à Informática, Windows e Internet, podemos visualizar os objectivos das sessões na seguinte tabela.

Módulo	Objectivos
Introdução à Informática (4horas)	Compreensão do funcionamento do computador e das noções gerais acerca das Tecnologias de Informação e Comunicação e das ferramentas mais utilizadas.
Windows (6horas)	Reconhecer os elementos básicos de um sistema informático, bem como o seu funcionamento.
Internet (6horas)	Identificar as vantagens da Internet nos dias de hoje, diferenciar e interpretar endereços, navegar na Internet, localizar informação na Internet e gestão de correio electrónico

Objectivos gerais de cada módulo

Segunda Fase: Formação em Second Life

Está projectada uma formação em Second Life de forma a iniciar os elementos desta comunidade no Mundo Virtual, familiarizando-os com o programa e levando-os a darem os primeiros passos no *Second Life*, esta formação será dividida em seis módulos, seguidamente podemos observar a tabela com os objectivos gerais de cada módulo de formação.

Módulo	Objectivos
Iniciação Second Life	<p>Desenvolver competências na iniciação do programa como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criação de conta no mundo virtual do Second Life e na criação dos seus avatares; - Explicação básica do Interface e das principais funcionalidades; - Movimentação e controlo de câmara; - Sistema de comunicação; - Construção e modelação do avatar; - Como vestir o avatar; - Utilização de HUDS e objectos no avatar; - Organização de objectos em inventário.
Modelagem <i>(Building and Designing)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver aptidões para a criação colaborativa dos objectos; - Identificar objectos que correspondam às necessidades; - Adquirir competências na construção e modelação de objectos 3D; - Desenhar, construir e modelar objectos; - Importar texturas e padrões; - Atribuir aos objectos capacidade de resposta à gravidade, à inércia, à propulsão e a outras leis da física.

Importar Conteúdos	- Importar documentos digitais construídos em RL para SL.
Fotografia	- Saber captar os melhores ângulos para tirar fotografia. - Ajustar o ambiente envolvente. - Saber utilizar os comandos de câmara.
Compras	- Procurar lojas e objectos. - Compras <i>Freebies</i> . - Adquirir <i>Linden Dollar</i> (moeda SL)
Machinima	- Criar competências na construção, produção e realização de videogramas destinados a espaços virtuais; - Construir imagens em movimento recorrendo à técnica de <i>machinima</i> ; - Produzir um videograma que apresente na Ilha ESES o projecto;

Objectivos gerais das sessões de formação

Terceira Fase: Actividades no Second Life

Quando a Comunidade estiver integrada no Second Life, serão desenvolvidas actividades que visem o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade sénior, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura.

3.1.2 Serviços Concorrentes

Directos:

Um possível concorrente será a Associação Tempus D'oiro, que tem como ponto forte, o facto de já possuir um espaço virtual no second life dirigida para a Terceira Idade, mas no entanto, detém de um ponto fraco, o facto de ainda não disponibilizar nenhuma formação de iniciação ao Second Life e de não desenvolver quaisquer actividades na sua ilha, dirigidas aos seniores.

Indirectos:

Como concorrentes indirectos temos a FDTI (Fundação para a Divulgação das Tecnologias de Informação) que faz parceria com as UTIs (Universidades de Terceira Idade) para a realização de cursos certificados de informática para seniores. Este curso de Introdução à informática e novas tecnologias vai ao

encontro dos objectivos de formação do nosso serviço de competências em TIC (e-skills), os principais pontos fortes deste concorrente são: já possuem um acordo em vigor com as UTIs, disponibilização de manuais e equipamentos (portáteis) e um preço acessível (20 euros por pessoa, para um grupo mínimo de 10 pessoas), os principais pontos fracos são: a duração do curso (apenas 8h), para integrar os seniores no mundo digital e para que tenham as competências necessárias em TIC, pela experiência que temos, 8 horas de formação nos três módulos (Introdução à informática, Windows e Internet) é pouco tempo. Outro ponto fraco é o facto de a FDTI não possuir nenhum pacote de formação em Second Life, dirigida à terceira idade.

3.1.3 Serviços Substitutos

Como serviço substituto, aquele que se aproxima mais ao nível da formação nestas áreas do conhecimento são as relacionadas com os pacotes de produtividade na área do Office e de Redes Sociais.

3.1.4 Serviços Complementares

Serviços de formação em outra vertente da Informática.

Actividades de Lazer presenciais, além da plataforma Second Life organizar, por exemplo, uma ida real ao teatro ou um workshop.

3.1.6 Vantagem Competitiva

Pode-se considerar que actualmente, **Seniors in Second Life** tem vantagem competitiva, do ponto de vista do cliente, por não sofrer uma grande concorrência directa, pois é uma iniciativa “inovadora” em Portugal que fornece todo o tipo de serviço para a inclusão dos seniores no mundo digital. No sentido de dar resposta às necessidades do país. O projecto **Seniors in Second Life** surge como solução aos factores chave de progresso definidos na estratégia de Lisboa «EU 2020», construção de uma sociedade mais inteligente, verde e inclusiva. Visto que estamos no Ano Europeu da luta contra a pobreza e Exclusão Social torna-se urgente criar um serviço que permita facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da Web 3.0 contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão, prioridade da estratégia «EU 2020».

O nosso serviço dispõe de uma formação na área das TIC, para os utilizadores que necessitem de adquirir competências nesta área, seguidamente quando os seniores estiverem adaptados ao mundo digital fornecemos o serviço de formação em Second Life, adaptado às necessidades e ao ritmo dos formandos, a *posteriori* quando os utilizadores estiverem integrados no *Second Life* fornecemos outro serviço de desenvolvimento de actividades que visem o bem-

estar e melhoria de qualidade de vida, como assistir a um concerto no Second Life ou desenvolver workshops temáticos.

3.2 Clientes

3.2.1 Estratégia de Segmentação do Mercado Alvo

A estratégia de segmentação de mercado a utilizar será de nicho, o nosso serviço é dirigido a um único segmento e todos os nossos esforços concentrar-se-ão nele.

O nosso mercado alvo focar-se-á tanto no que vão ser as parcerias, como no que é o nosso público alvo.

Parcerias: Universidades Seniores e Autarquias (municípios e freguesias);

Público-alvo:

- P
população Portuguesa na faixa etária dos 50 aos 74 anos, principalmente os utilizadores da Internet;
- S
sexo masculino e feminino;
- A
adultos na segunda metade de idade, Idade de pré – Reforma, Reforma;
- L
localização Geográfica – Continente e Ilhas (Açores e Madeira).

Caracterização do mercado alvo

Caracterizando o mercado e começando pelo público-alvo, far-se-á uma análise e caracterização dos utilizadores em TIC - (Tecnologias de Informação e Comunicação) dentro da faixa etária definida e ainda perceber como se distribuem geograficamente.

A empresa que queremos criar Seniors In Second Life, embora surgisse de uma ideia e detecção de uma oportunidade referente a uma necessidade não satisfeita não será temporária se tivermos em conta a evolução e crescimento da população a que se assiste actualmente.

Com a análise verificar-se-á que presentemente há a possibilidade de atingir uma pequena parte do cliente alvo, com alguma cultura, poder económico e formação superior e que a tendência é que futuramente esse número venha a aumentar com a crescente utilização das TIC como meio de comunicação e mercado.

No entanto existem algumas actividades que se desenvolvem em volta destes grupos etários, como o turismo e lazer, banca seguros, saúde e formação. Assim gerou-se aqui outro componente do mercado alvo, que será igualmente objecto de avaliação e caracterização.

Mas porquê estes temas?

Estas faixas etárias procuram a tranquilidade de passeios que lhe proporcionem o revivalismo da memória das suas ancestrais tradições, a tranquilidade monetária que lhe assegure o amanhã, os melhores profissionais e conselhos de saúde que lhe proporcionem o alcance da maior longevidade possível, a vida activa no desenvolvimento de suas competências, sensação de pertença e substancialidade à sociedade em que se inserem.

Caracterização da população Portuguesa e avaliação do seu crescimento

Segundo dados e estudos estatísticos do INE, aquilo que é o fenómeno do envelhecimento demográfico, apresenta-se hoje num processo dinâmico de patente aumento, fruto das baixas taxas de natalidade e mortalidade.

Para termos uma percepção geral, a população portuguesa com 65 anos ou mais, duplicou nos últimos 45 anos, passando de uma proporção de 8% no total da população em 1960, para 17% em 2005, que segundo projecções demográficas recentes elaboradas pelo INE, estima-se que esta mesma proporção volte a duplicar nos próximos 45 anos, representando em 2050, 32% do total da população.

Tal estudo pode ser avaliado nos gráficos 3 e 4, onde é notório o diminuir da população jovem tanto através da análise de proporção como em termos de crescimento médio anual da proporção da população jovem.

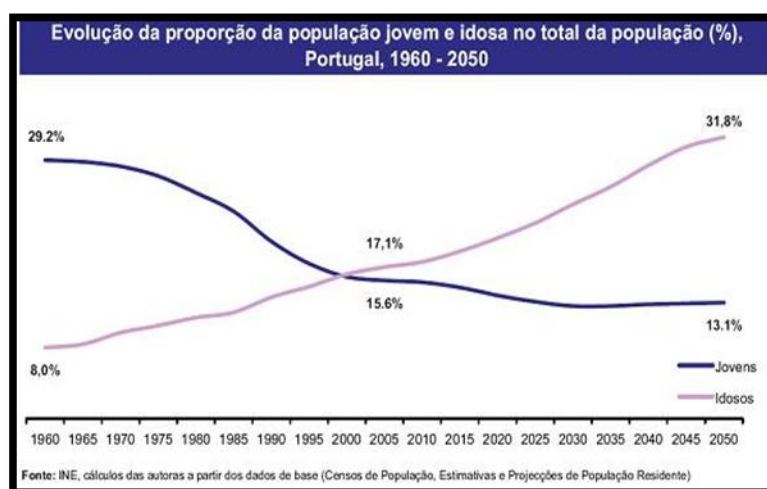


Gráfico 9 - Evolução da proporção da população jovem e idosa

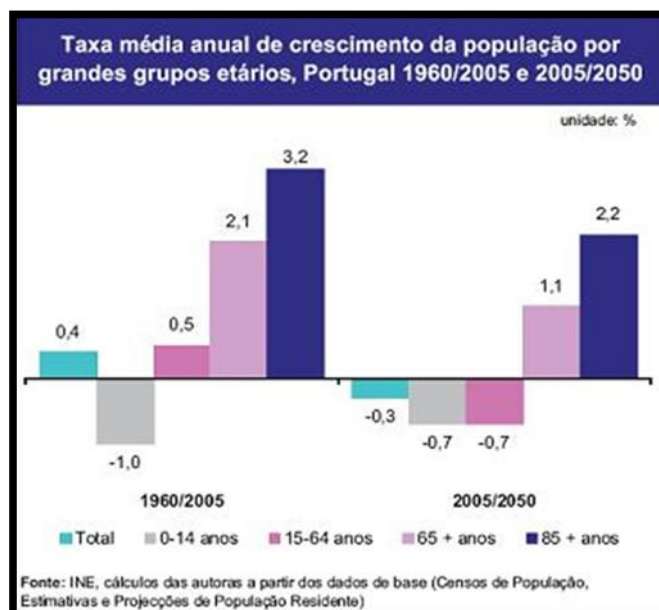


Gráfico 10 - Taxa média anual de crescimento da população

Em paralelo com a proporção, verifica-se a diminuição da taxa de crescimento da população jovem que se estima em 2050 atingir os 13%, enquanto que, a população idosa apresenta um ritmo de crescimento superior estimando-se numa projecção já para o ano 2050 que apenas a população idosa continuará a aumentar 1,1% ao ano se considerarmos os de 65 e mais anos e 2,2% considerando os de 85 e mais anos.

Estas repercussões na estrutura etária da população podem ser bem visíveis nas pirâmides etárias que se apresentam neste estudo do INE e a seguir apresentadas no gráfico 5.

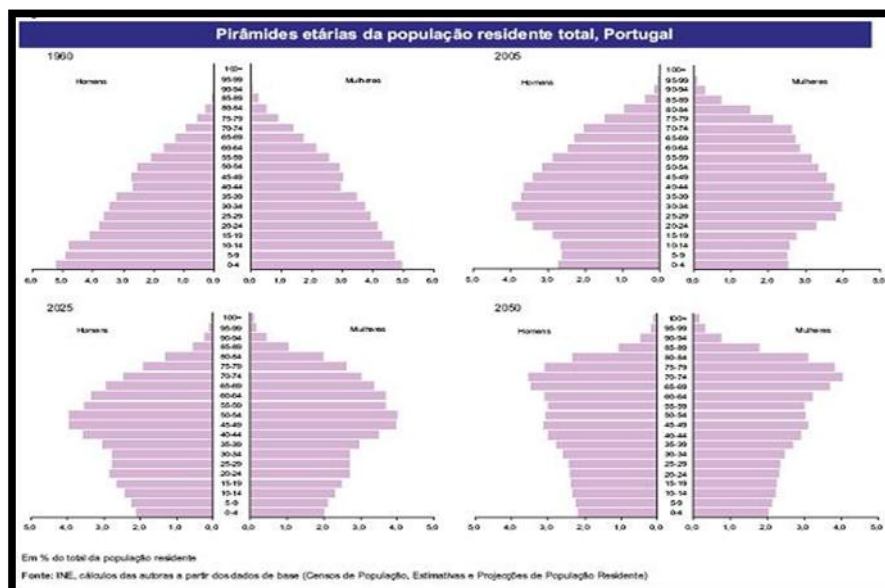


Gráfico 11 - Pirâmide etária da população residente

3.2.1.1 Segmentação do Mercado

O serviço por nós oferecido é dirigido a um público-alvo específico. A principal característica dos nossos clientes é adultos com idade superior a 50 anos, não discriminamos o tipo de género, escolaridade, convicções ideológicas e pessoais, situação económica ou social. A idade é o factor categórico dos nossos clientes directos, no entanto, a determinação em querer-se integrar no mundo digital é o ponto de partida para que o nosso serviço decorra da melhor forma.

Os nossos clientes indirectos poderão ser a RUTIS ou outras instituições que forneçam serviços e actividades a este público-alvo.

Matriz BCG

A representação gráfica da matriz de crescimento/Quota de mercado, Ilustração 1, verifica que o **Seniors In Second Life** se encontrará em 2012 e restantes anos, no 3º quadrante (vacas leiteiras) consistindo esta uma situação onde a empresa goza de uma elevada posição competitiva, geradora de fluxos financeiros muito elevados, e nos quais a empresa apresentará uma rentabilidade muito elevada e poucas necessidades de investimento, representando um negócio que, pelas suas características, deve servir de apoio ao desenvolvimento de outros negócios, através da canalização dos seus excedentes financeiros para investimento nos demais.

A estratégia aconselhada pelo modelo é, fundamentalmente, a sua rentabilização, no sentido de se assegurar a libertação dos excedentes necessários ao equilíbrio e revitalização da carteira através, designadamente, da

sua canalização para o apoio à conquista de quota de mercado por parte das estrelas.

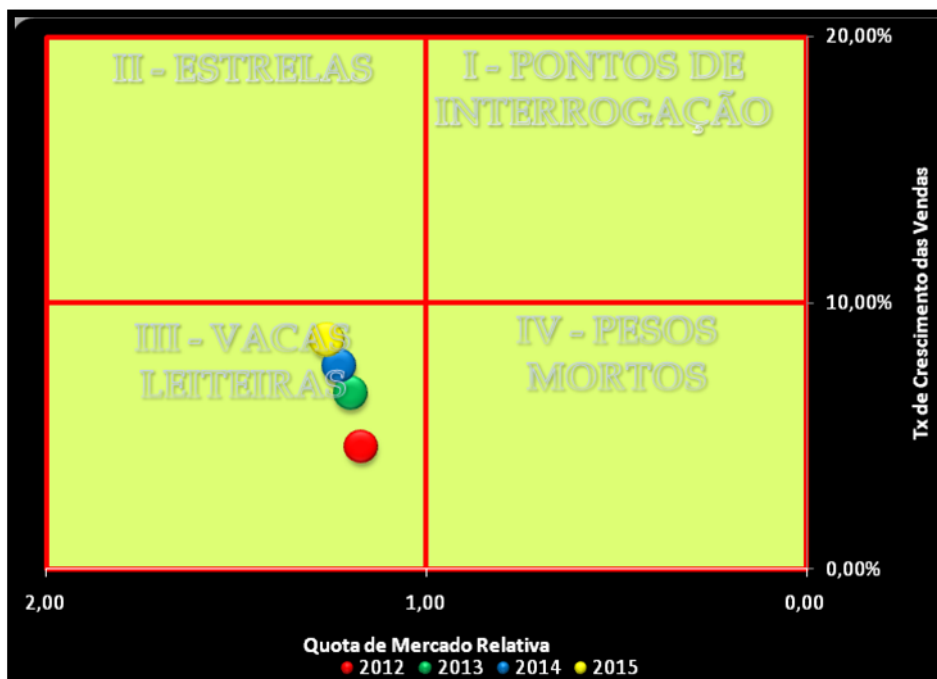


Ilustração 1 - Matriz BCG

3.2.2 Dimensão e Potencial de Crescimento

O seu forte carácter inovador faz com que este projecto tenha todas as características para crescer, acompanhando a crescente procura de formação na área das TIC e utilizadores nas redes sociais cibernéticas.

3.2.2.1 Necessidades do Mercado

O crescente peso da população idosa no total da população portuguesa, que se prevê passar dos actuais 17% para cerca de 30% em 2050, levará ao aumento da procura, por este grupo etário, de cuidados de saúde e de apoio social, segundo entrevista do alto-comissário para a Saúde.

A questão que envolve o envelhecimento e as pessoas idosas, exige uma re-conceptualização do modelo de educação, tendo o conhecimento um papel fundamental nessa alteração, daí o surgimento neste momento de 130 Universidades Seniores em Portugal e o interesse de várias Organizações nos últimos cinco anos.

3.2.2.2 Tendências do Mercado

Como observarmos anteriormente (*cf.* gráfico 2), existe um crescimento na utilização da Internet, sendo que em 2016 mais de 245 000 Indivíduos da Terceira Idade utilizarão a Internet.

A tendência de Mercado para esta oportunidade tem tido um aumento considerável, sendo considerado como um negócio em franca expansão.

Estas tendências são influenciadas por:

- U
 m aumento previsto de utilizadores idosos da web.
- C
 rescente interesse pelo bem-estar sénior devido ao envelhecimento da população.
- U
 ma lacuna neste tipo de serviço actualmente em Portugal.

A intensidade do envelhecimento, os aspectos que envolve, assim como os novos desafios e oportunidades que se deparam a uma sociedade cada vez mais constituída por pessoas idosas, tornam este tema a nível de crescimento, em expansão.

3.2.2.3 Crescimento do Mercado

A tendência de crescimento do mercado alvo via web pode ser explicada no seguinte gráfico.

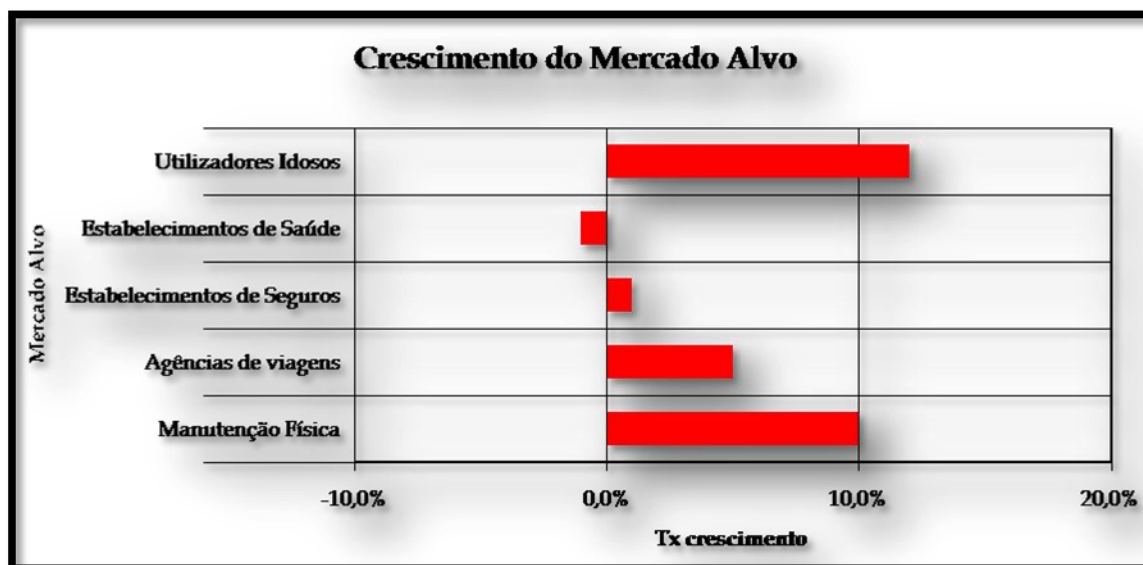


Gráfico 12- Crescimento do Mercado

Ao analisar este crescimento, em específico, o nosso mercado alvo, é de salientar os 11,92% de taxa de crescimento nos idosos que utilizam a web.

Para podermos comparar as vendas reais dentro do mercado, temos de recorrer às vendas efectuadas pelos sites Portugueses, onde ocorreu um aumento do volume de vendas no último trimestre de 2008, diz um estudo da Associação do Comércio Electrónico em Portugal (ACEP), revelando que 82% dos sites facturou mais, no final de 2008.

De acordo com o barómetro ACEP/Netsonda 82% da amostra, composta por 31 empresas registou subidas na facturação e 55% um aumento de clientes (até 50%). Sem indicar dados financeiros, o estudo diz ainda que 47% dos membros da ACEP que responderam ao inquérito "referiram ter aumentado o investimento no site", acima dos 44% registados no terceiro trimestre de 2008.

Estes índices de crescimento confirmam a tendência do e-commerce como canal privilegiado de venda e em expansão, no mercado português, apesar do cenário de crise económica à escala mundial.

3.2.3 Manifestações de Interesse/Contacto com Potenciais Clientes ou Parceiros

Contacto com Dr.^a Dulce Mota – Relações Públicas da RUTIS, interesse numa futura parceria.

Contacto com responsável pela ilha Tempus D'oiro, possível cliente.

3.3 Concorrentes

3.3.1 Identificação e Caracterização do Sector (CAE)

CAE REV.3: 85593 OUTRAS ACTIVIDADES EDUCATIVAS, N. E.

Compreende o ensino dos professores independentes, os centros de explicações, o ensino nos estabelecimentos prisionais, assim como outras actividades educativas similares, não classificáveis por níveis. Inclui serviços de orientação pedagógica, centros de aprendizagem que oferecem cursos de recuperação e formação religiosa.

3.3.1.1 Concorrentes Actuais

Podemos segmentar ao nível da concorrência dois mercados: O Nacional e o Estrangeiro.

Nacional

Nome	Objectivo	Produtos
Seniores Org. Www.seniores.org	Portal sénior apoiado por um conjunto de entidades do estado, tais como Ministério da Saúde e outras associações relevantes a nível nacional.	Informação para os seniores, diversas áreas, desde rádio, cultura, saúde, emprego.
RUTIS Www.rutis.org	É a Associação Rede de Universidades da Terceira Idade, uma Instituição de Utilidade Pública e a entidade representativa das Universidades Seniores (UTIs) Portuguesas.	A RUTIS desenvolve regularmente actividades para as UTIs e para os seus alunos.
Associação Tempus D'oiro Associacaotempus doiro.org	Tendo como principal objectivo promover o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus associados, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura.	Promover a criação de uma universidade sénior e de uma unidade de formação técnica e profissional, que funcionarão utilizando os recursos disponibilizados pelas novas tecnologias de informação e comunicação

Estrangeiro

Nome	Objectivo	Produtos
Fundação Oasis em	Constrir uma plataforma de	sessões virtuais de

Mundos Virtuais http://www.isnvirtualworlds.com/blog/2010/01/19/oasis-foundation-virtual-world-a-new-way-of-caring/	comunicação inovadora e uma ferramenta para ajudar as pessoas idosas e com deficiência e dar-lhes uma nova possibilidade de trabalhar em casa através da utilização de computadores e tecnologias nomeadamente mundos virtuais.	aprendizagem; Conferências e convenções nas áreas do mundo virtual; Workshops de produção de objectos virtuais; scola virtual de produção de vídeo e machinima; Exposições.
--	---	---

3.3.1.2 Concorrentes Potenciais

Todas as Empresas que administram cursos de formação na área das TIC para idosos.

Por exemplo: Câmaras Municipais, Centros de Formação

Temos a Empresa Rato - ADCC, uma associação juvenil portuguesa vocacionada para a promoção de Sociedade de Informação, que faz parceria com outras instituições e promove formações na área das TIC.

3.3.1.3 Análise das Linhas de Serviços dos Concorrentes

De referir que nenhum destes potenciais concorrentes têm disponível formação na área de Mundos Virtuais Second Life para idosos.

Potenciais Concorrentes	Serviços Oferecidos
Empresa Rato - ADCC	Programa Teclar – competências básicas na área da informática e abordar o processamento de texto, a pesquisa e a comunicação na Internet.
Câmaras Municipais	Espaços Seniores que promovem o acesso às novas tecnologias de informação e comunicação, como uma forma alternativa e inovadora de ocupação dos tempos livres

3.3.1.4 Preços de Serviços dos Concorrentes

Potenciais Concorrentes	Preços
Empresa Rato - ADCC	O preço para o utilizador idoso é gratuito uma vez que a empresa Rato – ADCC e as câmaras municipais estabelecem protocolos no âmbito do desenvolvimento das Tecnologias de informação suportados pelo Estado.
Câmaras Municipais	

3.3.1.5 Publicidade e Promoções Desenvolvidas pelos Concorrentes

Através da utilização de Web Site e de fixação de Cartazes pelos pontos de interesse locais.

3.3.1.6 Canais de Distribuição Utilizados

Normalmente as Câmaras Municipais funcionam como intermediários que organizam e estabelecem protocolos/parcerias com empresas de formação e estabelecem contactos com os destinatários – idosos.

3.3.1.7 Caracterização do Sector

Hoje em dia, o sector da Formação têm tendência a adaptar-se às necessidades dos potenciais clientes, existem diversos tipos de formação desde formação **Presencial** (participativo e eficaz), formação a **distância: e-learning** (prático e rápido), formação **mista: b-learning** (maximiza a flexibilidade e a adaptabilidade), dentro destes tipos de formação existem formações modulares ou contínuas. O público-alvo das formações é diversificado desde grupos organizados, empresas, jovens, adultos, seniores, pessoas portadoras de deficiência, enfim, dirigido a toda população.

Os valores globais de facturação poderão ser elevados se a empresa de formação prestar um serviço distinto com recursos humanos qualificados, no entanto, os valores das formações para os clientes na área da informática são acessíveis uma vez que existe muita concorrência. Actualmente, utiliza-se, em qualquer tipo de formação, o recurso da tecnologia, nomeadamente de plataformas educacionais (exemplo moodle).

3.3.2 Vantagem Competitiva

3.3.2.1 Pontos Fortes: Sem concorrência directa

- E
levado Know-How dos responsáveis do projecto;
- O
s baixos custos face ao potencial do negócio;
- A
possibilidade de crescimento rápido das vendas;
- P
reço acessível de formação;
- Q
ualidade e inovação do serviço;
- R

ecursos humanos qualificados.

3.3.2.2 Pontos Fracos: Fácil reprodução

- A
ausência de marca no Mercado por ser um serviço novo, será necessário criar uma reputação em torno da empresa;
- O
conceito pode ser facilmente copiado, não havendo protecção legal;
- A
as estratégias de desenvolvimento de negócio via web em Portugal estão numa fase primária.

3.4 Análise do Meio Envoltente

3.4.1 Oportunidades

Parcerias

- O
aumento da população idosa e estes cada vez mais expostos aos computadores e às novas tecnologias;
- U
um eficiente modelo de negócio numa indústria em crescimento;
- A
possibilidade de iniciar parcerias num Mercado ainda por explorar;
- D
diferenciação do serviço no mercado;
- P
procurar entrar no programa de actividades das Universidades de Terceira Idade em Portugal;
- P
procurar fazer parcerias com empresas de Formação na área das TIC;
- I
inexistência de Concorrência Directa dentro do sector com o cariz da Seniors In Second Life, a nível nacional;
- E
elevada taxa de uso de computadores nomeadamente redes sociais.

3.4.2 Ameaças

Público-alvo

- R
relutância do mercado sénior em usar a internet;
- C
competição por parte dos parceiros em seguir o exemplo;
- C

- C
 ompetição por empresas do sector ao lançarem novos serviços;
 conjuntura económica instável.

3.4.3 Cenários Futuros / Tendências

A tendência é dar resposta a estas necessidades do país. Neste sentido, o Seniors in Second Life surge em resposta aos factores chave de progresso definidos na estratégia de Lisboa «EU 2020», construção de uma sociedade mais inteligente, verde e inclusiva. Visto que estamos no Ano Europeu da luta contra a pobreza e Exclusão Social torna-se urgente criar um serviço que permita facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da Web 3.0 contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão, prioridade da estratégia «EU 2020».

3.5 Análise SWOT

A seguinte análise SWOT, tenta determinar as forças e fraquezas internas do negócio, bem como descrever as oportunidades e ameaças externas a que está sujeita a **Seniors In Second Life**.

NOVA ANÁLISE SWOT		Análise do Meio Ambiente		
		Oportunidades		
		A possibilidade de iniciar parcerias O aumento da população idosa Um eficiente modelo de negócio Diferenciação do serviço Inexistência de Concorrência Directa Elevada taxa de uso de computadores - - -		
		Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Análise Interna da Empresa	Pontos Fortes	<i>Sugestões</i>	<i>Sugestões</i>	<i>Sugestões</i>
	Elevado know-how Os baixos custos face ao potencial do negócio; Crescimento rápido das vendas; Preço acessível de formação; Qualidade e inovação do serviço; Recursos humanos qualificados - - -	Expansão do número de clientes	Desenvolvimento de novos conteúdos Procura de novos nichos de mercado	Diversificar mercados Diversificação de Produtos
	Pontos Fracos	<i>Sugestões</i>	<i>Sugestões</i>	<i>Sugestões</i>
	Fácil reprodução A ausência de marca no Mercado O conceito pode ser facilmente copiado - - -	Fidelização dos clientes	Inovação incremental do serviço Aposta no Marketing	Inovação disruptiva do serviço Aquisição de novos conhecimentos Registo de marca

Ilustração 2 - Nova Análise SWOT da Seniores In Second Life

4.0 MARKETING MIX

O grande objectivo da Seniors In Second Life é posicionar-se como a primeira empresa, com cariz de formação específica no Second Life em Portugal, seguindo uma tendência internacional já iniciada por outros Países.

Ao ser pioneira neste mercado, pretende a médio e longo prazo servir de referência no sector, criando um envolvimento com os utilizadores e passar a fomentar a Seniors In Second Life como referência na qualidade da formação, com o claro objectivo de criar uma marca/icon que os consumidores se identifiquem.

Inicialmente a estratégia passa por:

- C
ampanha forte em Web-Marketing para gerar o conhecimento e informação da empresa;
- C
ampanha em Rádios a nível Nacional numa primeira fase concentrada em Lisboa e Porto;
- C
ampanha em Programas de Televisão da manhã (2.^a a 6.^a feira), mais direccionado ao nosso público-alvo.

4.1 Posicionamento

Seniors in Second Life deve posicionar-se como um serviço diferenciado que oferece aos seus clientes toda a tecnologia e inovação para a sua formação e melhoria de qualidade de vida. Os formadores vão ter um papel fundamental neste ponto, uma vez que são eles que vão estar em contacto directo com o cliente ou formandos no acto da formação e é necessário que estes consigam esclarecer todas as dúvidas e mostrar as potencialidades dos Mundos Virtuais.

Identificação	Diferenciação
Seniors in Second Life	<p>Participação na inclusão social</p> <p>Inovação do ambiente de aprendizagem</p> <p>Cooperação com toda comunidade sénior</p> <p>Construção do Conhecimento levado à prática</p> <p>Promoção do serviço no desenvolvimento da comunidade</p> <p>Orientação dos formandos de modo a que eles se adaptem e explorem o mundo virtual</p>

Estas são as ideias e palavras-chave que queremos deixar, mesmo para aqueles que não frequentem a formação em Second Life.

Com este posicionamento, assumimos uma escolha estratégica que procura dar uma posição credível, diferente e atractiva a uma oferta (serviço), no seio de um mercado e na mente dos "clientes". A identificação e diferenciação, em relação às outras formações, são uma aposta.

O posicionamento de mercado terá na sua base duas premissas como pilares:

- I
imagem – na medida em que se pretende que a própria imagem do site seja apelativa, fácil compreensão de conteúdos e posicionamento dos mesmos;
- C
conteúdo – na medida em que se pretende que o site abarque questões de elevado interesse para o público-alvo e de fácil leitura e compreensão.

Tentar-se-á com o conhecimento do cliente através do seu registo, oferecer-se um serviço personalizado de links de interesse e notícias na sua própria área pessoal criada pelo próprio cliente, de forma a tentar estabelecer assim uma relação duradoura, através do manter do interesse na informação que disponibiliza sempre actualizada, passando assim uma imagem de confiança e segurança.

Pretende-se ainda obter a liderança de mercado no que respeita a empresas da área, tendo como alavanca os parceiros que lhe proporcionarão vantagem competitiva devido à qualidade, actualidade, fiabilidade e segurança da informação que lhes é proporcionada. O facto de ser a primeira empresa do tipo e da sede estar perto de uma das maiores organizações (RUTIS) que cultiva a cultura e formação entre o nosso público-alvo, também nos proporciona uma vantagem competitiva.

No que respeita aos conteúdos da Seniors In Second Life, estes passam pela criação de temáticas de interesse mútuo dos clientes dentro da área.

4.2 Estratégia de Serviço

O nosso *Core* baseia-se no conhecimento científico criando benefícios no sentido da satisfação das necessidades específicas do cliente. O conteúdo, formato e metodologia da formação, são inovadores e diferenciados. Os nossos formadores e espaços(second life) activos, adoptam processos e metodologias inovadoras e utilizando como base a sua grande experiência no contexto do ensino.

Será disponibilizado serviços facilitadores (informação, encomenda, facturação e pagamento) e serviços de realce (consulta, hospitalidade, segurança e excepções) aos clientes.

Estão previstos, desde já, operações dos serviços, tais como determinação da área geográfica, horário flexível e design, influência junto dos parceiros de negócio, influência junto dos clientes, tarefas atribuídas ao frontstage e ao backstage.

Este tipo de características do serviço apoiam e demonstram a segurança e rigor que queremos impôr a este serviço.

4.3 Estratégia de Preço

A nossa política de preços estender-se-á pela inscrição da formação por acção a desenvolver através do serviço de vendas da empresa e pela venda de conteúdos aos nossos parceiros para desenvolvimento das acções de formação.

Assim teremos:

- I
inscrição por módulo de formação por um valor único;
- V
venda de conteúdos de formação aos nossos parceiros pagos no acto da inscrição por parte dos formandos. Escolhemos que o valor será pago no acto da inscrição, dado que não exigiremos aos nossos parceiros o desembolso de um pagamento adiantado.

4.4 Estratégia de Distribuição

Os canais de distribuição a utilizar serão a Web, as Universidades de Terceira Idade (newsletter, periódicos) e os Centros de Formação das diversas regiões.

A Seniors In Second Life será um local virtual onde serão desenvolvidos conteúdos. Desta forma, esta será o nosso veículo principal de promoção da empresa Seniors In Second Life, que a pouco e pouco se difundirá e abraçará a quase totalidade do nosso público-alvo.

4.5 Estratégia de Comunicação

De salientar que o principal objectivo será difundir e divulgar o serviço através de todas as vertentes comunicativas. Pretende-se deste modo, publicitar em diferentes espaços.

As políticas de comunicação/promoção da empresa serão diversas e realizar-se-á através das acções que abaixo se descrevem.

Os canais de comunicação devem ser privilegiadamente:

- **C**
- **ontacto directo** – Clientes Idosos + 64 anos; **P**
- **arcerias**; **C**
- **ampanha publicitária** – rádio, internet e jornais.

Neste contexto, será desenvolvido para o primeiro *target* um departamento de vendas com formação específica na área para o contacto directo com o mercado alvo.

Na óptica das **parcerias**, o estabelecimento de protocolos com os principais operadores incluirá a partilha de informação e material promocional.

A Internet será o principal meio de comunicação, utilizando, em paralelo, outros meios. O **plano de comunicação** (ilustração 3), assente em critérios rígidos de coerência, terá as seguintes características.

- **R**
- ádio Renascença**
- 1
- 0 inserções de 3 anúncios: 20" - faixa horária: 17-18h e 2 x 15" - faixa horária: 18-19h e 19-20h, 10 dias = 2 x 5 dias de 2ª a 6ª
- 1
- 0 inserções de 2 anúncios: 15" - faixa horária: 18-19h e 19-20h = 4 x 5 dias de 2ª a 6ª
- **R**
- ádio TSF:**
- 5
- 0 inserções de 1 anúncio: 20" – 7/dia
- 4
- 0 inserções de 1 anúncio: 15" – 5/dia
- **J**
- ornal Expresso:**
- S
- ítio na internet: botão de topo, 25 mil visualizações por 1 mês
- **T**
- V Net:**
- S
- ítio na internet: banner de topo, 25 mil visualizações por 1 mês

<i>Mapa do Plano de Comunicação</i>		
Meio	Quantidade	Valor
RR	30	1.380 €
RR	20	1.360 €
TSF	50	1.850 €
TSF	40	1.200 €
Expresso - site	25000	500 €
TV Net	25000	750 €
Produção de anúncios		2.000 €
Total		9.040 €

Ilustração 3 - Plano de Comunicação

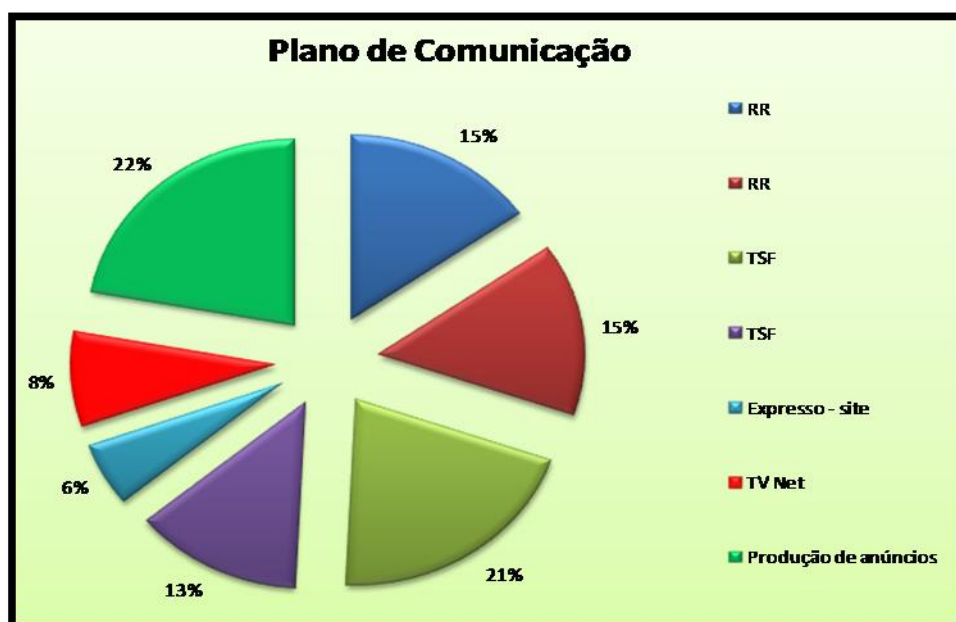


Gráfico 13 - Plano de Comunicação

Os materiais educativos, a comunicação pessoal, publicidade, relações públicas e corporate design (este último, nesta fase só com sinais). Quanto aos restantes incidiremos mais sobre:

Second Life: Será o primeiro meio de divulgação do serviço descrevendo a metodologia e os objectivos do Serviço

Página Web: Será o principal meio de divulgação, descrevendo detalhadamente os objectivos, a metologia e o enquadramento da formação.

Newsletter: Envio de newsletter para as Universidades de Terceira Idade e Centros de Formação de forma a serem reencaminhadas para os seus alunos.

Folheto Informativo: Distribuição de folhetos informativos pelas Autarquias, Universidades de Terceira Idade, Centros de Formação.

Entrevistas de apresentação do Serviço: Sempre que surgir oportunidade será realizada uma entrevista de apresentação do Serviço.

Divulgação através da imprensa (rádios, jornais): A divulgação nas rádios e imprensa, sobretudo a nível regional.

Abordagem directa dos nossos parceiros, através de uma prospecção de mercado de forma a captá-los gradualmente para a futura promoção e engrossamento da nossa quota de mercado.

5.0 ESTRATÉGIA DE VENDAS

5.1 Previsão de Vendas

A Seniors In Second Life partiu de uma previsão de vendas conservadora.

As vendas irão aumentar de uma forma consistente, conforme o orçamento de publicidade assim o permitir.

Embora a projecção do mercado alvo tenha sub-dividido os clientes potenciais em diversos grupos, a previsão de vendas agrupa-os em duas categorias, formandos e parceiros. Ao se reduzir o número de categorias permite compreender rapidamente a informação, ver gráfico 8.

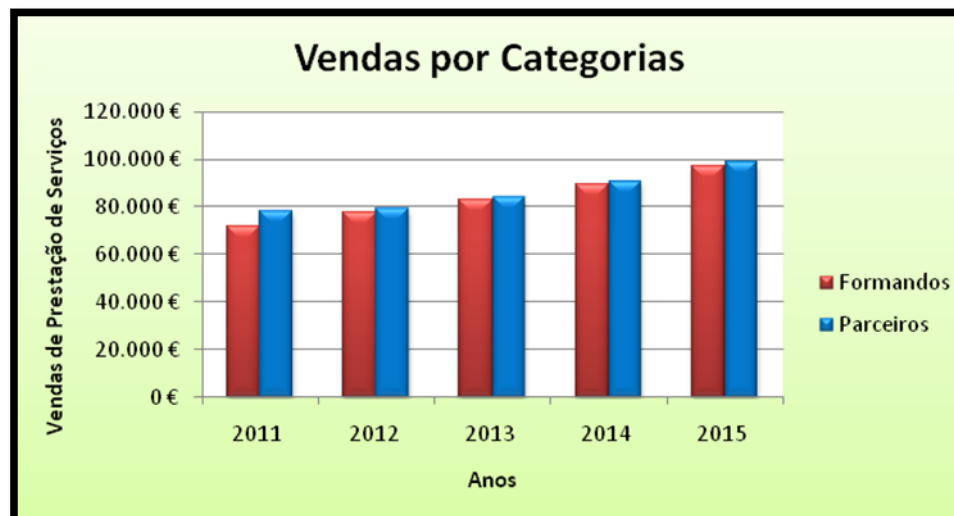


Gráfico 14 - Vendas por categorias

Previsão de Vendas

Vendas	2011	2012	2013	2014	2015
Formandos	72 000 €	77 823 €	82 960 €	89 264 €	96 940 €
Parceiros	78 000 €	79 077 €	84 295 €	90 703 €	98 504 €
Total das Vendas	150 000 €	156 900 €	167 255 €	179 967 €	195 444 €

Custos Directos das Vendas	2011	2012	2013	2014	2015
Total dos Custos Directos das Vendas	127.018 €	144.772 €	147.341 €	146.660 €	146.596 €

As **Vendas** e os **Custos Totais** evoluem de forma regular e com uma evolução sustentada (Gráfico 9).

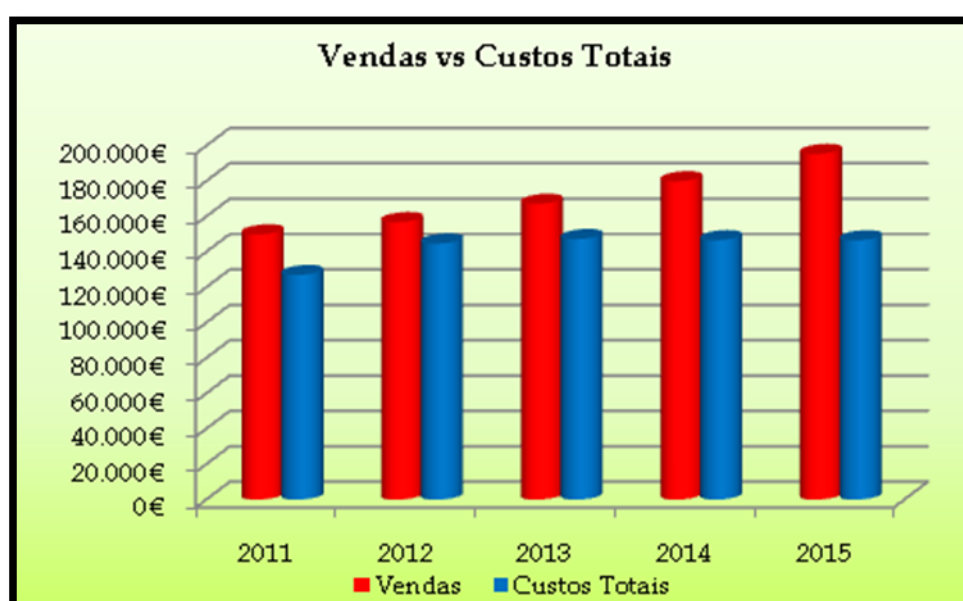


Gráfico 15 - Evolução das Vendas vs Custos Totais

6.0 PLANO E ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRO

Esta secção tem como objectivo mostrar uma visão económica e financeira do negócio no que diz respeito a todas as suas actividades.

A Seniors In Second Life utilizará a análise dos resultados líquidos, da rentabilidade, do equilíbrio financeiro e dos seus Cash-Flows, efectuará uma avaliação do projecto nomeadamente do Payback da TIR e do VAL e mostrará como as respectivas actividades se integram na estratégia de negócio da empresa.

Objectivos Financeiros:

- A
tingir um aumento de dois dígitos nas margens de lucro bruto médio

- através da eficiência ao longo dos 5 anos. M
- M
anter estáveis e com sinal positivo, o crescimento do mercado em cada mês.
- R
eduzir os custos variáveis associados aos produtos em 10% até ao final do primeiro ano.
- D
iminuir os custos fixos.
- D
desenvolver a eficiência na prestação do serviço através de formação avançada e análise do fluxo de trabalho.

6.1 Pressupostos

Os principais pressupostos para o estudo de viabilidade do serviço **Seniors In Second Life** que se apresenta são os seguintes:

- **A**
avaliação a Preços Correntes
- **T**
taxa de juro + spread: 6,0%
- **D**
errama IRC: 1.5%, referente ao Concelho de Santarém
- **I**
inflação: 1.6% (2011 e seguintes)
- **T**
taxa de distribuição de Dividendos: 5% (a partir de 2013)
- **C**
contribuições para a Segurança Social:
 - i.Regime geral dos trabalhadores por conta de outrem:
 - Taxa **contributiva correspondente à entidade patronal: 23.75%**
 - Taxa **contributiva correspondente ao beneficiário: 11.00%**
 - ii.Membros dos Órgãos das pessoas colectivas:
 - Taxa **contributiva correspondente à entidade patronal: 21.25%**
 - Taxa **contributiva correspondente ao beneficiário: 10.00%**
- Taxa seguros de acidentes de trabalho: 2.2%**

Prazo médio de recebimentos: 30 dias (2011), 15 dias (2012), 20 dias (2013), 25 dias (em 2014 e 2015)

Prazo médio de pagamentos: 60 dias (2011), 30 dias (2012 e seguintes)

Provisões para cobrança duvidosa: 2,00%, nos diversos anos

Preço médio:

iii. Formação TIC (introdução à informática, Windows e Internet) = 25.00 Euros (+Iva)

iv. Formação Second Life (módulo iniciação) = 35.00 Euros (+ Iva)

v. Formação Second Life (modulo modelagem) = 35.00 Euros (+Iva)

vi. Formação Second Life (módulo compras) = 35.00 Euros (+Iva)

vii. Formação Second Life (módulo importar conteúdos) = 35.00 Euros (+Iva)

viii. Formação Second Life (módulo Fotografia) = 35.00 Euros (+Iva)

ix. Formação Second Life (módulo machinima)= 40.00 Euros (+Iva)

x. Pacote completo Second Life = 180.00 Euros (+Iva)

Salário base:

xi. Gestor do projecto – 1 000.00 Euros/ mês

xii. Administrativo – 750.00 Euros/ mês

xiii. Técnico Comercial – 760.00 Euros/ mês

xiv. Formador – 850.00 Euros/ mês

Nº Pessoas:

xv. 2011 – 4 px

xvi. 2012 e seguintes – 5 px

Custos com FSE decorrentes do investimento:

xvii. **Subcontratos**

Contabilidade – 300 Euros / mês (2011), Inflacção nos seguintes;

Formadores – 3 300 Euros / mês (2011), Inflacção nos seguintes;

xviii. **Electricidade** – 100 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xix. **Material de Escritório** – 100 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xx. **Rendas e alugueres** – 450 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xxi.**Comunicação** – 100 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xxii.**Seguros** – 70 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xxiii.**Publicidade** – 80 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes;

xxiv.**Outros FSE** – 100 Euros / mês (2011), inflacção nos seguintes.

Prestação de Serviços (em valor):

2011 – 150 000 Euros

2012 – 156 900 Euros

2013 – 167 255 Euros

2014 – 179 967 Euros

2015 – 195 444 Euros

Volume de investimento (2011):

xxv.Corpóreo – 13 585 Euros

xxvi.Incorpóreo – inclui campanha comunicação – 10 040 Euros

xxvii.Fundo de Maneio:

2011 – 13 382 Euros

Financiamento:

xxviii.Capital Próprio

Capital Social - 5 000 Euros

xxix.Capital Alheio

Empréstimos bancários – 36 125 Euros

Serviço da dívida - Empréstimo a 5 anos

xxx.Tx. Juro – 9.19%

A evolução previsional do projecto **Seniors In Second Life** tem por base as perspectivas e a percepção da tendência dos mercados.

De acordo com o princípio contabilístico da **prudência**, as projecções ora analisadas assumem um carácter de cautela / pessimismo, no sentido de poderem, como se espera, serem superadas. O grau de prudência é elevado, no sentido de minimizar o risco. Tem-se em linha de conta o estudo estratégico realizado, incluído no presente estudo.

Os investimentos considerados assumem valores por excesso nalgumas rubricas, tendo em conta o mesmo princípio da prudência. Não resultaram de orçamentos ou propostas de fornecimento específica, mas sim de valores prováveis e estimados.

6.2 Resultados Líquidos Previsionais

Os **Resultados do Exercício** variam entre - 19 277 Euros, em 2011 (ano de arranque do projecto) e 41 477 Euros, em 2015.

O **Resultado Líquido** é um indicador de exploração da empresa, não obstante contabilizar também todos os acontecimentos não directamente ligados com a operação, nomeadamente o serviço da dívida para o financiamento necessário. Considerou-se igual ao montante de investimento, incluindo Fundo de Maneio.

Seguidamente podemos ver a evolução do Resultado Líquido:



Gráfico 16 - Evolução dos Resultados Líquidos

6.3 Análise Económica ou da Rentabilidade

6.3.1 Rentabilidade

Quanto à rentabilidade do activo este mede a rentabilidade de todo o capital que a empresa utiliza, conforme Gráfico 11 podemos verificar que se apresenta durante os últimos quatro anos entre os 19% e os 32%, sempre a um nível muito elevado bem acima da taxa de avaliação do projecto de 9,85%.



Gráfico 17 - Rentabilidade do Activo

Na mesma linha de raciocínio a rentabilidade dos capitais próprios mede a rentabilidade do capital investido pelos sócios, apresentando-se entre os 79% e os 34%, conforme Gráfico 12.



Gráfico 18 - Rentabilidade dos Capitais Próprios

Relativamente à rentabilidade das vendas conforme se verifica no gráfico 13, apresenta-se ao longo dos últimos 4 anos um crescimento acentuado, desde 10% a cerca de 26%.

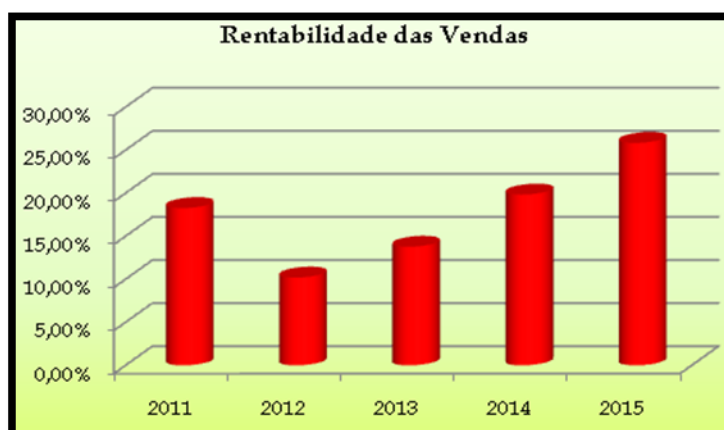


Gráfico 19 - Rentabilidade das Vendas

6.3.2 Análise do Ponto Crítico das Vendas

Numa visão moderna, o ponto de equilíbrio é o nível de operação da empresa onde as vendas cobrem os custos variáveis mais os custos fixos e cobrem a meta de lucro mínima definida pelos sócios.

Logo podemos concluir através da análise do gráfico14, que as vendas são, de forma sustentada superiores aos custos totais, atingindo em 2015 um valor de cerca de 195.444€ em contrapartida de custos totais num valor de cerca de 146.596€, logo a sua margem de segurança é de 25%.

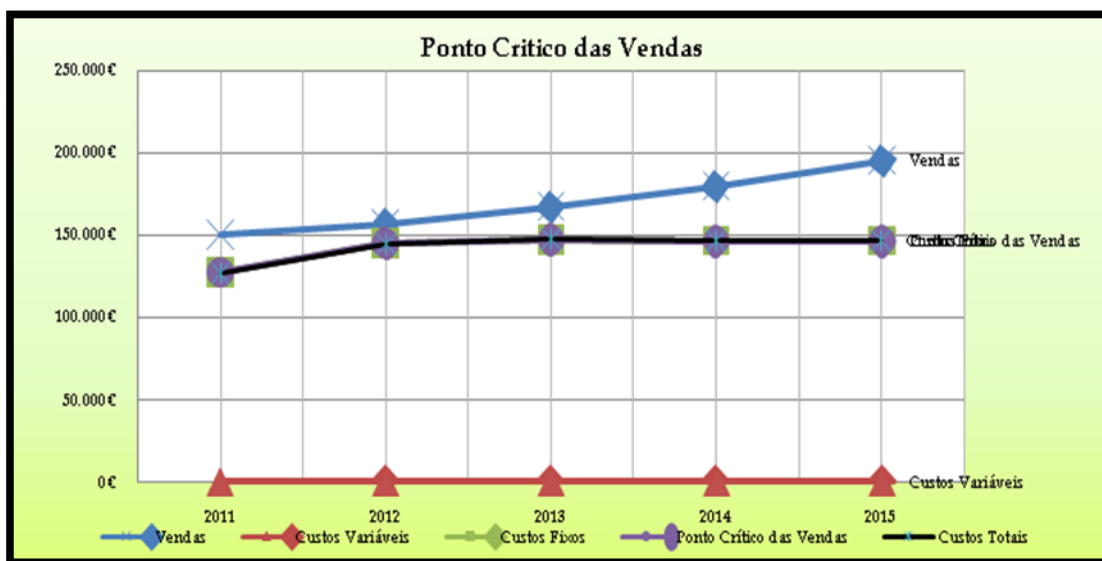


Gráfico 20 - Ponto Crítico das Vendas (em Euros)

Análise do Break-Even-Point

Análise do Ponto de Equilíbrio:	2011	2012	2013	2014	2015
Ponto de Equilíbrio de vendas	127.018 €	144.772 €	147.341 €	146.660 €	146.596 €

Pressupostos:					
Preço de venda médio	150.000 €	156.900 €	167.255 €	179.967 €	195.444 €
Custos variável médio	0€	0€	0€	0€	0€

Custos fixos estimados	127.018 €	144.772 €	147.341 €	146.660 €	146.596 €
-------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

6.3.3 Actividade

Os indicadores de actividade constituem elementos importantes na avaliação da eficácia da empresa.

Pela observação do gráfico 15, podemos constatar que em geral, se recebe mais cedo do que se paga, logo constitui um apoio ao financiamento da mesma devido a este desfasamento positivo.

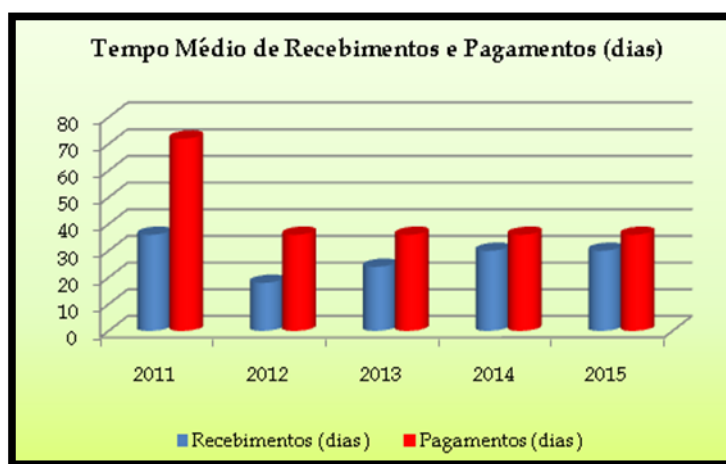


Gráfico 21 - Tempos Médios de Recebimentos e Pagamentos

Quanto à rotação do activo apresenta-se sempre bastante elevado, logo indicamos que também é elevado o volume de vendas do Seniors In Second Life (gráfico 16).

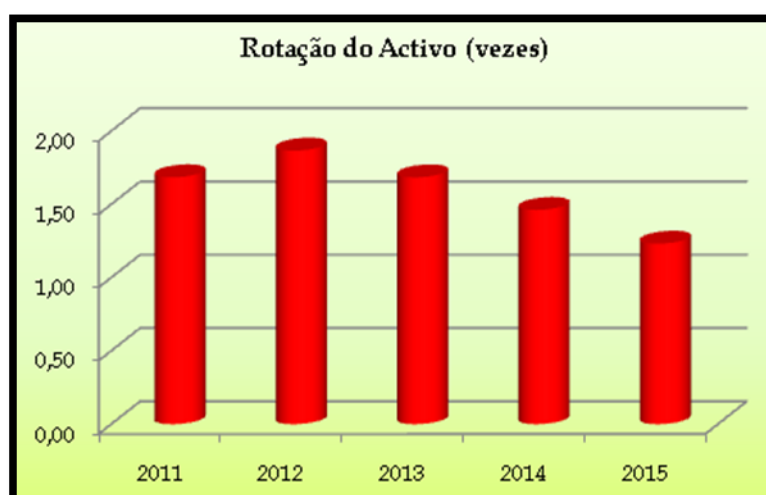


Gráfico 22 - Rotação do Activo

6.3.4 Produtividade

Com os indicadores dos gráficos 17 e 18, pretende-se quantificar a eficácia da empresa na utilização dos recursos humanos que lhe estão afectos, estes apontam ao nível da produtividade do trabalho elevados índices ao longo dos diversos anos com uma tendência de crescimento.

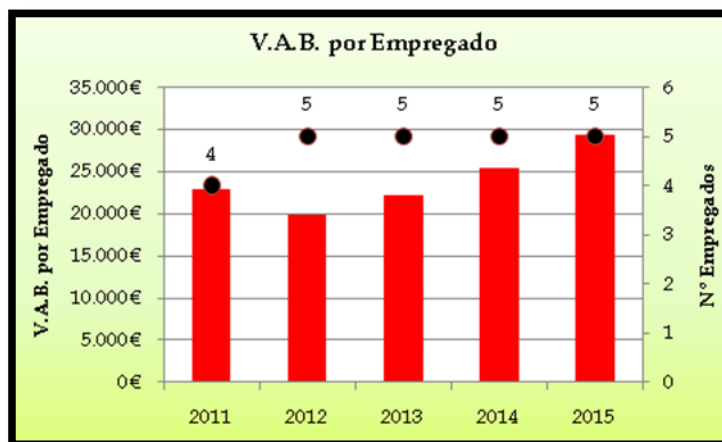


Gráfico 23 - VAB por Empregado

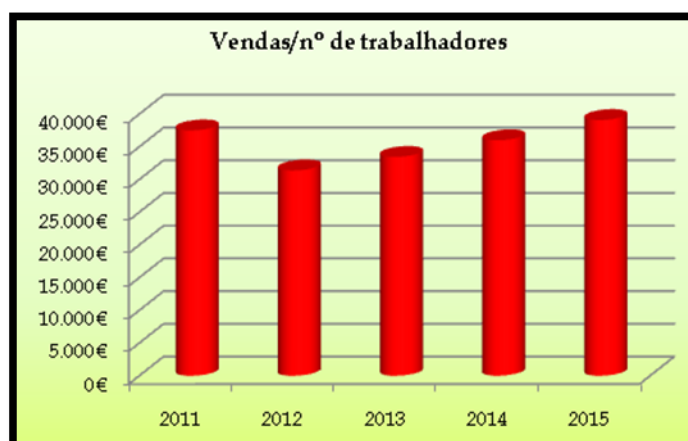


Gráfico 24 - Vendas/nº Empregados

6.4 Análise do Equilíbrio Financeiro

6.4.1 Liquidez

Numa abordagem tradicional podemos afirmar que sendo o fundo de maneo positivo e sustentavelmente crescente em conjunto com o que vimos anteriormente (*cf.* gráfico 15), significa que os capitais estáveis cobrem os activos de médio/longo prazo e uma parte daqueles pode ainda ser utilizada no financiamento do ciclo de exploração (*vide* gráfico 19).

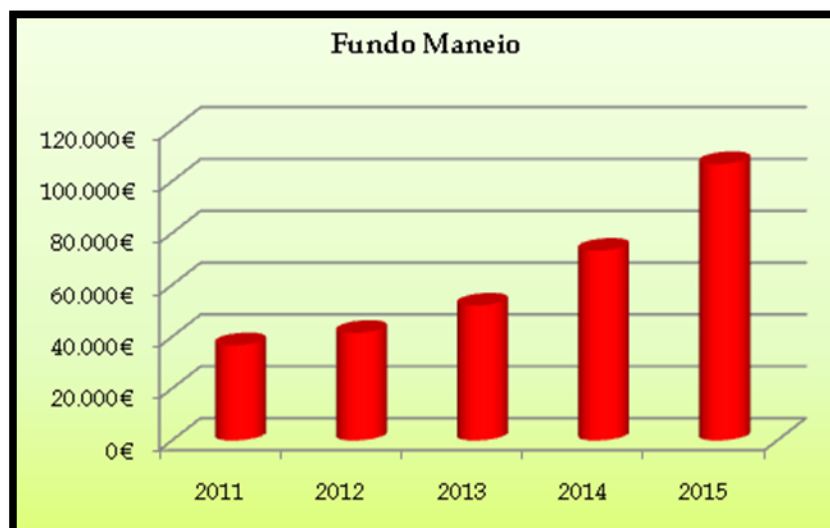


Gráfico 25 - Fundo Maneio

Numa abordagem funcional que procura minorar algumas das lacunas que o fundo de manuseio poderá apresentar, verifica-se que o fundo manuseio é suficiente para cobrir as necessidades de fundo manuseio(vide gráfico 20).

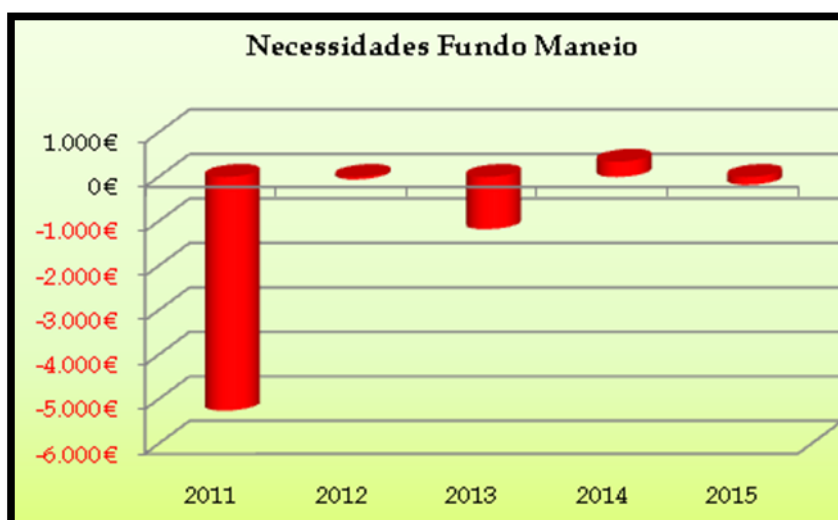


Gráfico 26 - Necessidades de Fundo Maneio

O facto da tesouraria líquida se apresentar positiva de 2011 a 2015, significa que os recursos de tesouraria activa são suficientes para fazer face às obrigações da tesouraria passiva. Ou seja, as rubricas activas que representam disponibilidades ou são facilmente transformáveis em liquidez são suficientes para fazer face às dívidas de curto prazo. (vide gráfico 21).

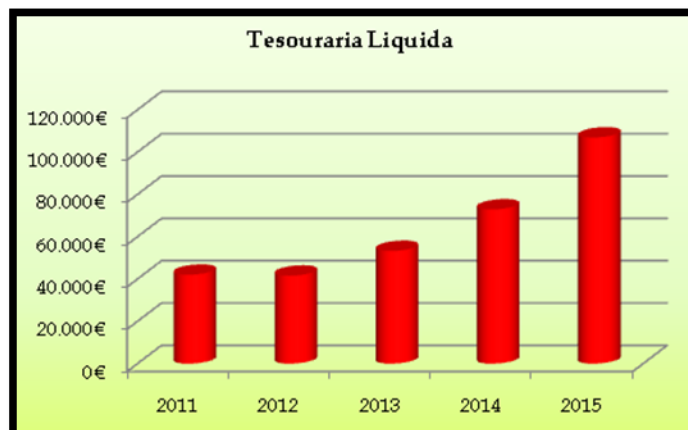


Gráfico 27 - Tesouraria Liquida

6.4.2 Endividamento

Quanto á análise do equilíbrio financeiro de médio e longo prazo, utilizou-se como indicador a estrutura do capital, através de dois métodos, a autonomia financeira e a solvabilidade representado nos dois gráficos seguintes.

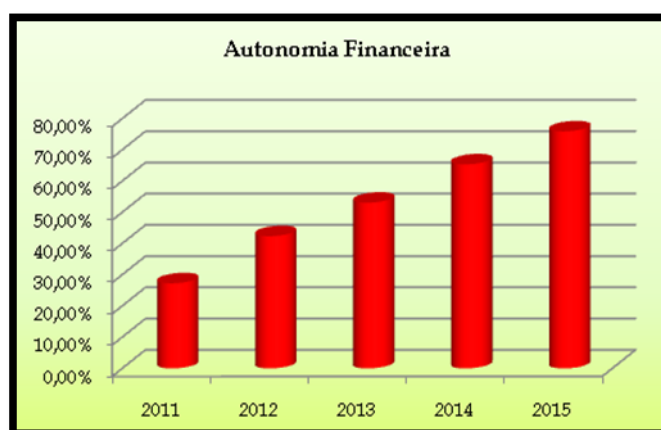


Gráfico 28 - Autonomia Financeira

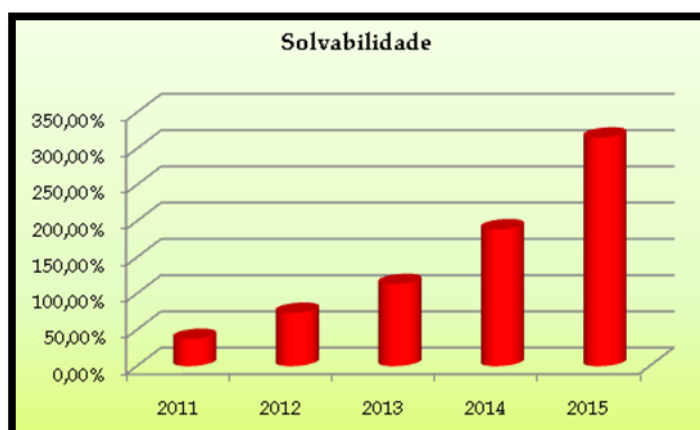


Gráfico 29 - Solvabilidade

A autonomia financeira observada no gráfico 22, representa a percentagem do capital próprio que financia o activo, esta vem de uma forma sustentada a ganhar mais peso atingindo em 2015 cerca de 76%, o que reforça a ideia de solidez financeira já adiantada.

A tendência da autonomia apresenta acentuadas subidas anuais, motivadas pelo aumento do activo, principalmente na componente de activo circulante (o que também se explica pelo facto de o PMR ter aumentado).

A solvabilidade, por seu lado que estuda a relação entre o capital próprio e o capital alheio ou passivo total também apresenta um crescimento muito elevado, chegando a atingir em 2015 cerca de 315%.

Em 2013, conforme o valor do indicador, a empresa poderia hipoteticamente liquidar todas as suas dívidas, e ainda permanecerá com excedente.

A partir do mesmo ano a situação caracteriza-se por um aumento substancial do CP, cujos valores ultrapassam os do passivo. Este aumento faz com que o indicador suba acima dos 100% (vide gráfico 23).

6.5 Conclusões

6.5.1 Cash-Flow Previsional

A avaliação do projecto **Senior In Second Life** utilizou um conjunto de critérios baseados no cash-flow.

A justificação reside, por um lado, na falta de objectividade no cálculo dos resultados do exercício, e por outro lado, no facto dos critérios baseados nos resultados do exercício não terem em consideração o valor temporal do dinheiro.

Quanto ao projecto em causa, podemos verificar no gráfico 24 que o mesmo apresenta um fluxo monetário de sinal negativo apenas no ano de arranque, muito devido ao investimento inicial, mas em contrapartida, nos anos seguintes apresenta sempre e de forma sustentada um crescimento positivo de fluxos monetários.

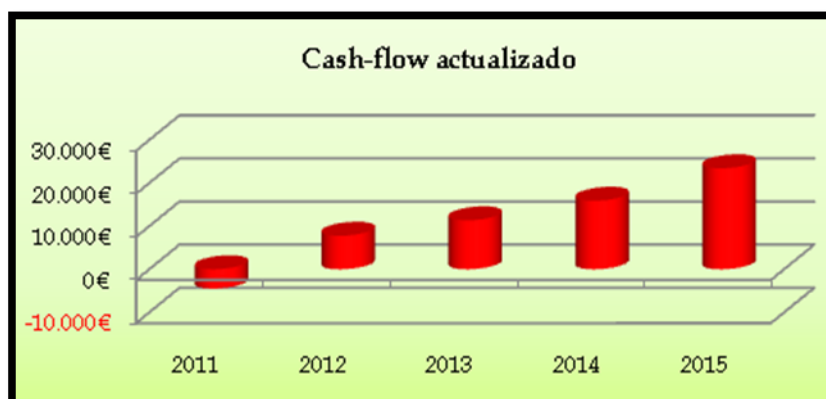


Gráfico 30 - Cash-Flow Actualizado

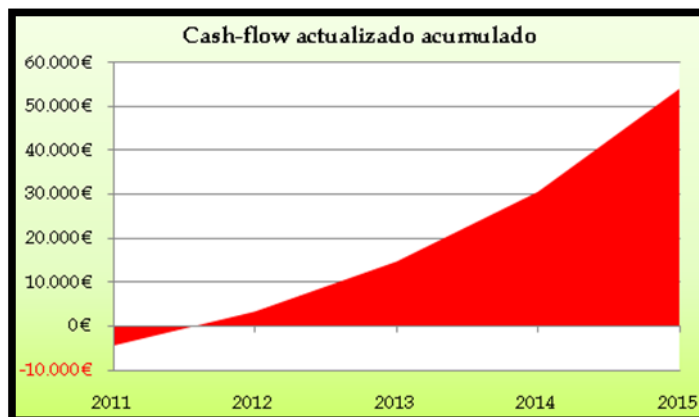


Gráfico 31 - Cash-Flow Actualizado Acumulado

6.5.2 Avaliação do Projecto

Com a análise da seguinte tabela, tendo sido utilizado como taxa de avaliação do projecto a taxa WACC de 9,85%, podemos concluir que o VAL do projecto se situa no valor de 756€, logo como é positivo é recomendável a aceitação do projecto.

Por outro lado, utilizando como critério de avaliação do projecto a TIR, verificamos na tabela que esta se situa em cerca de 8,91%, valor este acima do custo de oportunidade do capital, logo confirma a afirmação anterior de ser recomendável a aceitação do projecto.

Devido à natureza deste projecto também se optou por calcular o prazo de recuperação do investimento, tendo-se chegado à conclusão que o mesmo é totalmente recuperado em 1 ano, 6 meses e 27 dias. Prazo este relativamente curto, reforçando o baixo índice de risco no investimento deste projecto.

TAXA DE AVALIAÇÃO (Wacc)	9,85%		
VALOR ACTUALIZADO LÍQUIDO	756 €		
	<u>Anos</u>	<u>Meses</u>	<u>Dias</u>
PAYBACK	1	6	27
TX INTERNA DE RENDIBILIDADE	8,91%		

6.5.3 Análise de Sensibilidade

As margens estimadas suportam variações de algum relevo nos custos. Com efeito, foi efectuado um *acid test* através do **Método de Monte Carlo** com uma variação das:

Prestação de Serviços - No ano de 2011 apresenta-se uma distribuição triangular com uma variação mínima de -5%, máxima de +5% e mais provável correspondente aos valores definidos nos pressupostos;

Neste contexto, o valor actualizado liquido e a taxa interna de rentabilidade previsionais apresentam os seguintes resultados, sendo de destacar que, ainda assim, numa perspectiva pessimista, mais conservadora, o projecto liberta:

VAL – Valor Actual Liquido.

Na análise da Ilustração 4 conclui-se que existe 95% de probabilidade de o VAL se situar entre -8.609,68€ e 9.575,54€.

Como também se pode ver neste gráfico, a média do VAL é positivo de 793,21€, e o desvio-padrão, de 4.479,42€.

Desta análise conclui-se que para além de o VAL esperado ser positivo, o desvio-padrão não é tão elevado, ao que corresponde um risco reduzido.

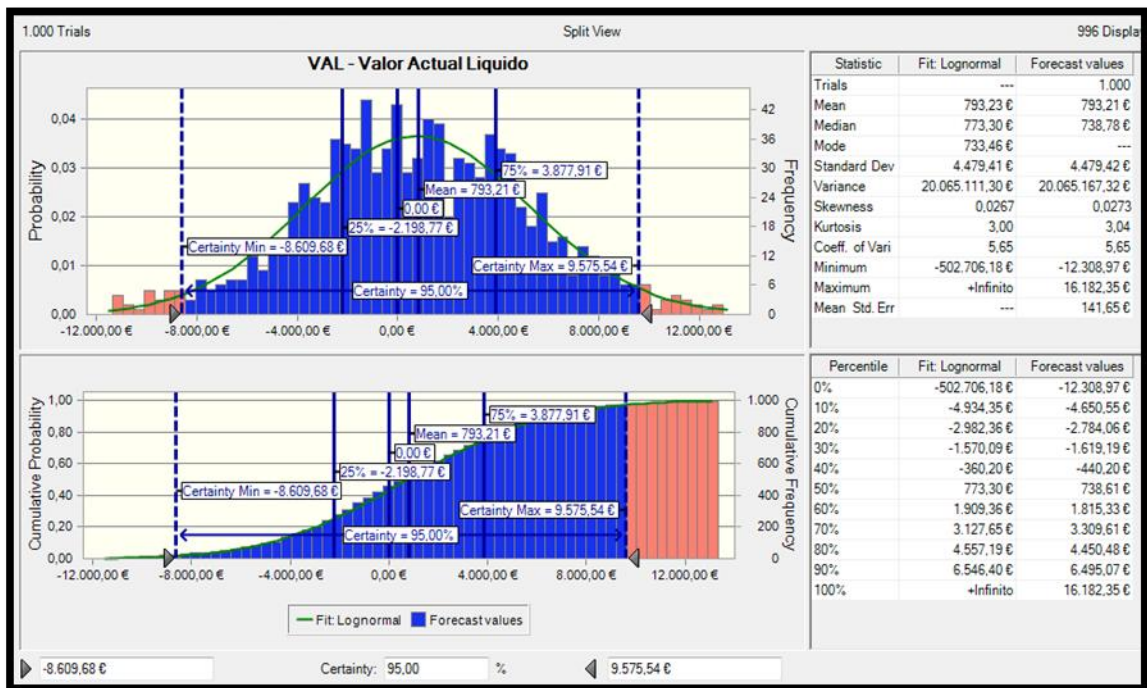


Ilustração 4 - Análise de sensibilidade do VAL

Na análise da Ilustração 5 podemos também observar um ranking da sensibilidade do valor do projecto a variações dos parâmetros ou de variáveis independentes.

Neste gráfico podemos confirmar, de forma quantificada e relativa, que nos tínhamos apercebido na análise da sensibilidade de que o valor do projecto tem

maior sensibilidade à Prestação de Serviço em Formação Second Life (módulo machinima) no ano de 2011 (com uma correlação positiva de 46%) e à Prestação de Serviço no Pacote completo Second Life (com uma correlação positiva de 40%).

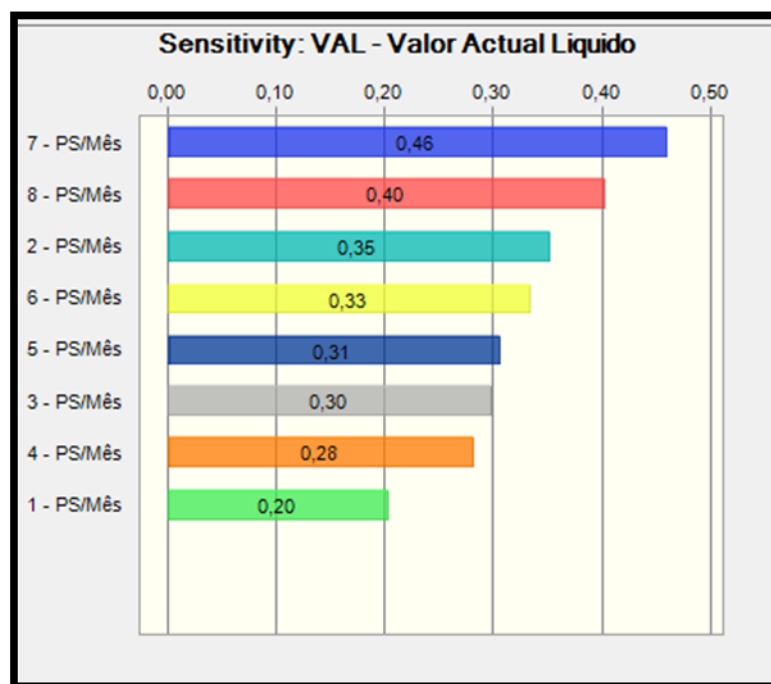


Ilustração 5 - Ranking da sensibilidade do VAL

TIR – Taxa Interna de Rentabilidade

Na análise do Ilustração 6 conclui-se que existe 90% de probabilidade da TIR se situar entre 2,92% e 16,75%.

Como também se pode ver neste gráfico, a média da TIR é de 9,69%, e o desvio-padrão, de 6,09%.

Desta análise conclui-se que para além da TIR esperada ser positiva, o desvio-padrão não é tão elevado, ao que corresponde um risco reduzido.

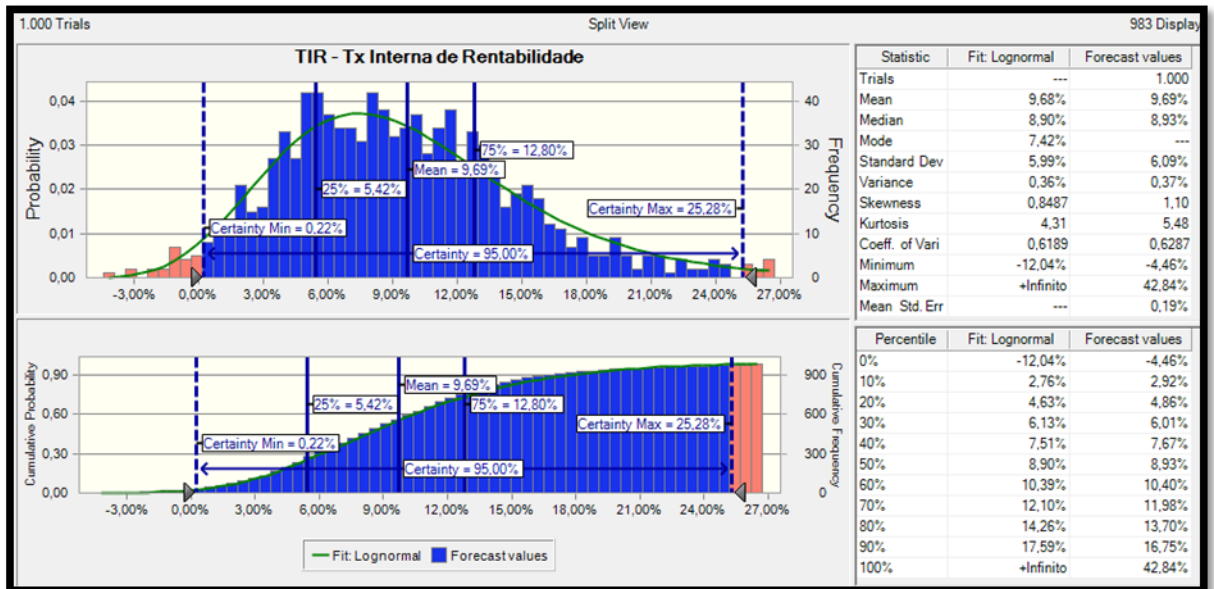


Ilustração 6 - Análise de sensibilidade da TIR

Conforme a ilustração 7 podemos também observar um ranking da sensibilidade da TIR do projecto a variações dos parâmetros ou de variáveis independentes.

Neste gráfico podemos confirmar, de forma quantificada e relativa, que a taxa interna de rentabilidade do projecto tem maior sensibilidade à taxa de crescimento das vendas nos mercados actuais em 2010 (com uma correlação positiva de 61%) e à margem do CMVC nos mercados actuais (com uma correlação positiva de 54%).

Ainda com uma correlação de 37% está a taxa de crescimento das vendas nos mercados novos em 2010 e a margem do CMVC nos mercados novos, com uma correlação positiva de 36%).

Podemos também concluir que as variáveis da taxa de crescimento das vendas nos mercados novos e actuais de 2011 a 2013 não têm grande impacto na TIR do projecto

Logo parece evidente, que com o recurso à simulação de Monte Carlo ganhamos uma melhor perspectiva do VAL e da TIR do projecto, e do risco que lhe está associado, pois, estamos a introduzir um intervalo probabilístico de ocorrência dinâmica em contrapartida a um valor determinístico.

Podemos concluir que mesmo variando significativamente os respectivos pressupostos numa óptica ainda mais pessimista o projecto continua a apresentar um VAL e uma TIR elevada, demonstrando o seu grande interesse do ponto de vista económico.

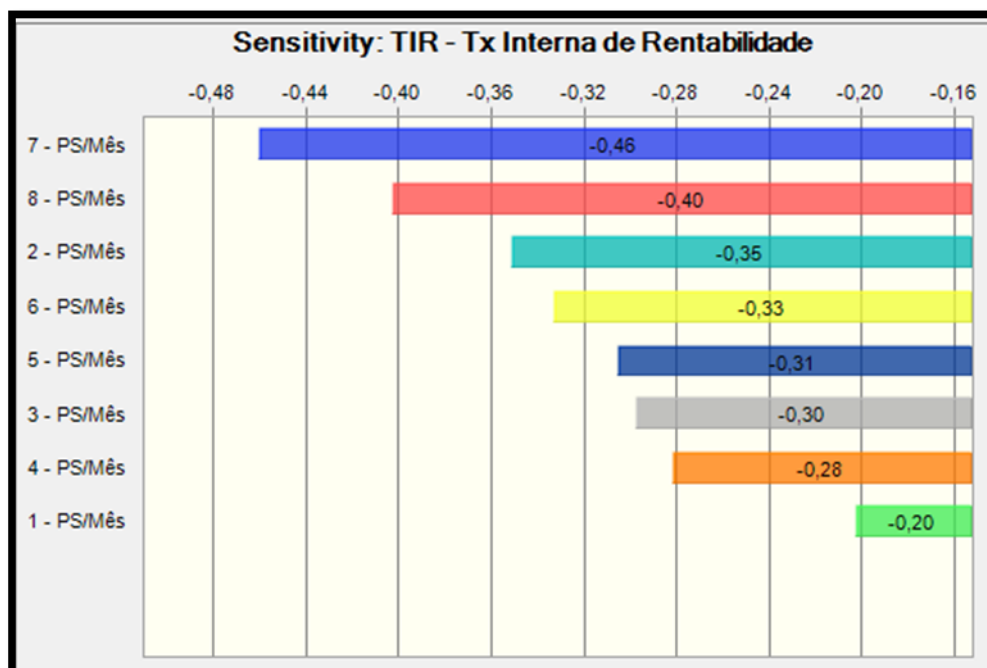


Ilustração 7 - Ranking da sensibilidade da TIR

6.6 Avaliação do Risco

6.6.1 Risco Técnico

A definição da arquitectura do sistema, nomeadamente no que respeita ao sistema operativo e linguagens de programação a utilizar assume um peso importante no sucesso do produto.

6.6.2 Risco de Mercado

Será reduzido, dado que apenas foi considerado 0,06% de quota de mercado como meta para o volume de negócios da empresa face ao total do mercado. Tratando-se de um produto sem concorrência, será possível satisfazer os alvos definidos.

6.6.3 Risco Financeiro

A dificuldade de obtenção dos meios de financiamento necessários pode prejudicar o desenvolvimento do projecto.

Da observação do gráfico 26 ressalta que, no período em análise, a empresa regista uma acentuada redução do grau de alavanca financeiro, o que indica um menor risco financeiro para a empresa.

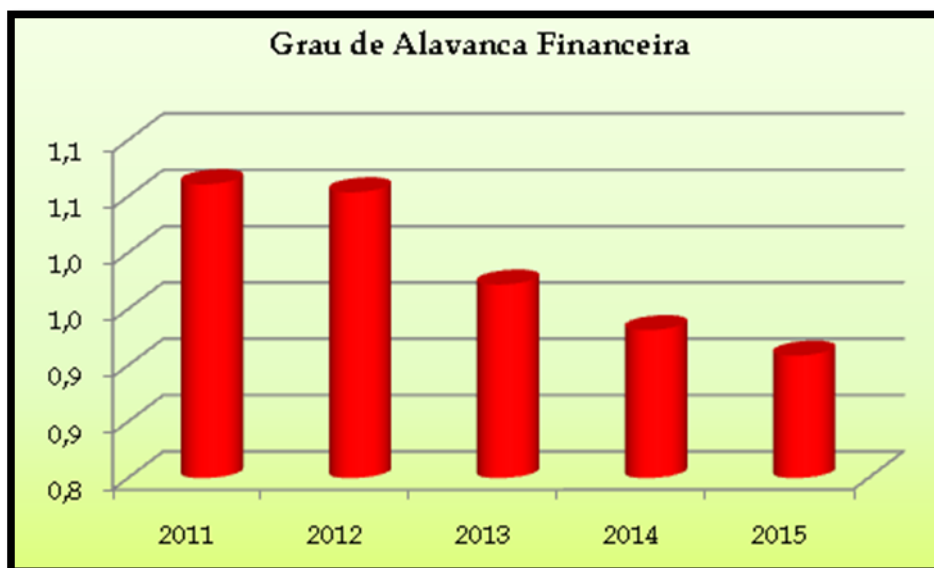


Gráfico 32 - Grau de alavanca financeira

6.6.4 Risco de desenvolvimento do produto

Recursos críticos para a execução do projecto podem não estar disponíveis nos períodos exigidos pelo calendário do projecto.

A arquitectura do sistema, plataformas, linguagens e ferramentas não estão completamente documentadas.

A solução tecnológica é de complexidade média (i.e. vários interfaces, várias plataformas) tendo em atenção a experiência da equipa de projecto.

Não existe experiência de trabalho conjunto em relação aos elementos da equipa de desenvolvimento.

6.6.5 Risco Económico

Da observação do gráfico 27 ressalta que o risco operacional da empresa diminui ao longo do período em análise. O aumento dos resultados operacionais tornou o indicador menos sensível às variações da margem bruta, ou seja, reduziu o efeito alavanca dos custos fixos. Ou, o que é o mesmo, mediante uma pequena variação negativa nas vendas, os resultados apresentam um decréscimo relativamente menor.

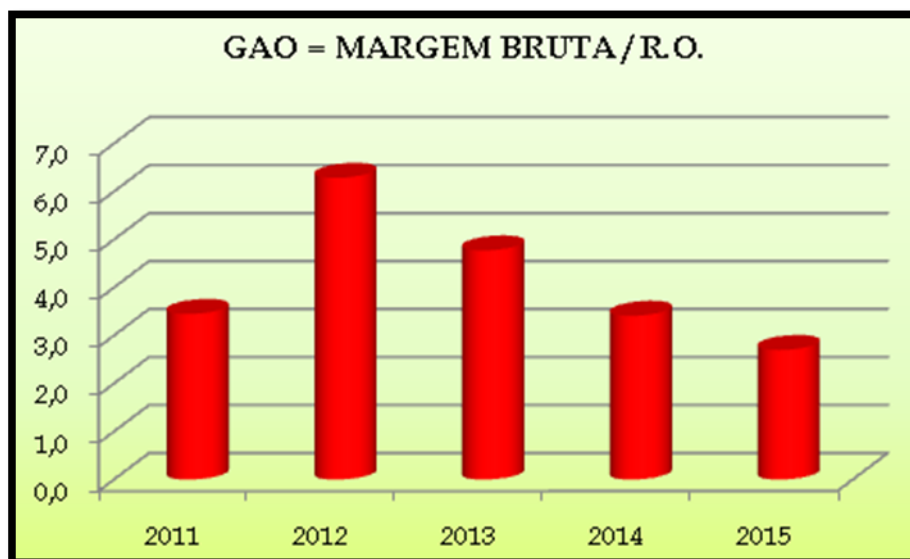


Gráfico 33 - Grau de alavanca operacional

7.0 PROCESSO DE OPERAÇÕES

7.1 Resumo da Empresa

A **Seniors in Second Life** nasceu no âmbito do projecto de estágio, desenvolvido no Mestrado em Educação e Comunicação Multimédia, em que o nosso objectivo é integrar a população sénior na sociedade digital e melhorar as suas condições sociais, de forma a conduzir ao aumento do auto-estima e da qualidade de vida.

7.1.1 Visão

A visão é ser reconhecido nacionalmente como serviço inovador na área da formação e tecnologia dirigido para a população sénior.

7.1.2 Missão

A missão do projecto **Seniors in Second Life** é contribuir para a aprendizagem em ambientes inovadores, que disponham de instrumentos educativos, sociais e culturais de modo a que o *Second Life* e as tecnologias sejam um desafio enfrentado pela Terceira Idade, tornando-se referência nacional e internacional.

7.1.3 Valores

Satisfações do Cliente – todas as actividades da empresa são desenvolvidas procurando a satisfação e fidelização dos clientes (Universidades de Terceira Idades, Centros de Formação para Idosos, etc)

Profissionalismo - a equipa é constituída por profissionais qualificados e com experiência nas áreas onde actuam, tendo por base o desenvolvimento profissional e formação contínua.

Flexibilidade – Dispomos de soluções totalmente flexíveis e ajustáveis às necessidades dos nossos Clientes.

Inovação e Espírito Competitivo – utilizar as mais recentes e criativas políticas e equipamentos, procurando a máxima eficiência dos métodos e processos utilizados.

7.1.4 Objectivos

- **Criar uma Comunidade acessível a toda população sénior**, a fim de melhorar as suas condições sociais e a sua integração na sociedade digital, de forma a conduzir ao aumento da auto-estima e da qualidade de vida.
- Desenvolver um conjunto de formações de introdução às Tecnologias de Informação e Comunicação e de iniciação ao **Second Life**.
- Desenvolver actividades que visem o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade sénior, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura. Está previsto uma visita “*in-world*” guiada pela Ilha da **NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration)** sobre os fenómenos meteorológicos.

7.1.5 Estrutura Organizacional

A estrutura funcional foi definida com base nas necessidades primordiais da empresa. Inicialmente serão contratados apenas dois estagiários, o resto ficará a cargo dos responsáveis da empresa. Os estagiários farão parte da bolsa de formadores e ficarão responsáveis pela organização e desenvolvimento da formação.

À medida que forem surgindo necessidades, a empresa tem planos de aumentar o quadro pessoal, contratando recursos humanos necessários para a execução das tarefas pretendidas. Seguidamente podemos observar a estrutura do organograma da empresa (Ilustração 8),

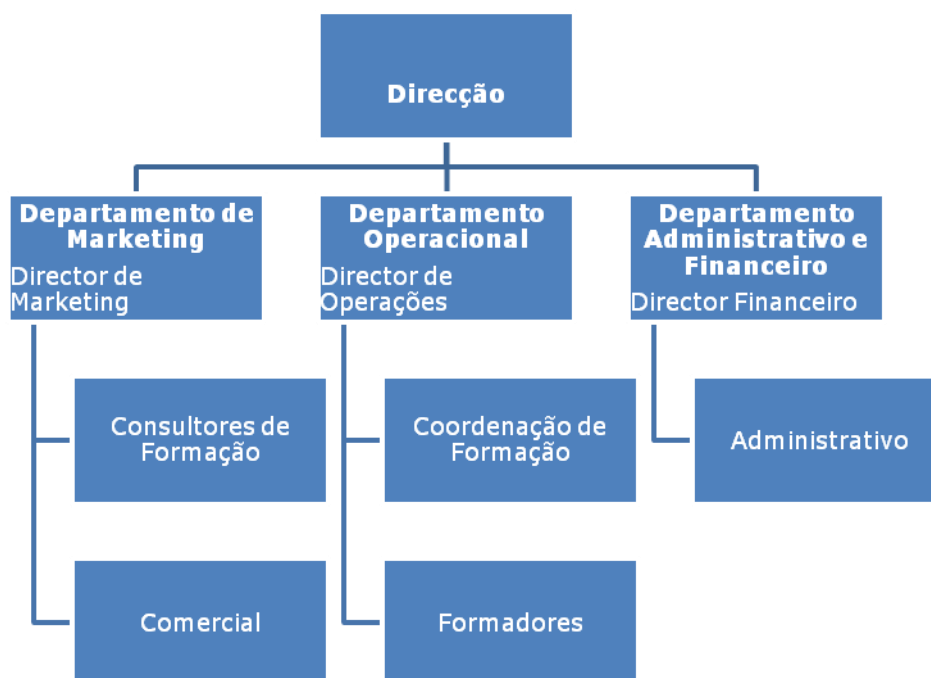


Ilustração 8 - Organograma da Empresa

7.1.6 Equipa de Gestão

A equipa de Gestão da Seniors in Second Life é um dos pontos fortes do negócio, que será composta por profissionais que possuem uma sólida experiência na área da tecnologia e formação, e excelente formação profissional e sobretudo com motivação para enfrentar e superar os desafios do mercado, alcançando resultados positivos.

7.1.6.1 Competências

- C
competências de Investigação na parte teórica do Projecto;
- C
competências de Socialização e Divulgação do Projecto.
- C
competências específicas na concepção, produção, publicação e difusão de conteúdos em multimédia;
- C
competências para desenvolver, gerir e avaliar as actividades no âmbito da educação multimédia, comunicação, design, ensino a distância, TIC, Mundos Virtuais.
- C
comunicação com recursos humanos envolvidos nas áreas organizacionais;

- C
omunicação com empresas, instituições e alunos/recém-licenciados;
- C
omunicação com potenciais investidores e instituições de crédito;
- A
companhamento do desenvolvimento do negócio e respectivo ajuste.

7.2 Processos e Capacidade / Tecnologia

O plano de tecnologia do **Seniors in Second Life** foi cuidadosamente elaborado tendo em vista os requisitos mínimos necessários para a viabilidade da formação em Second Life.

7.2.1 Processos para a Produção do Serviço

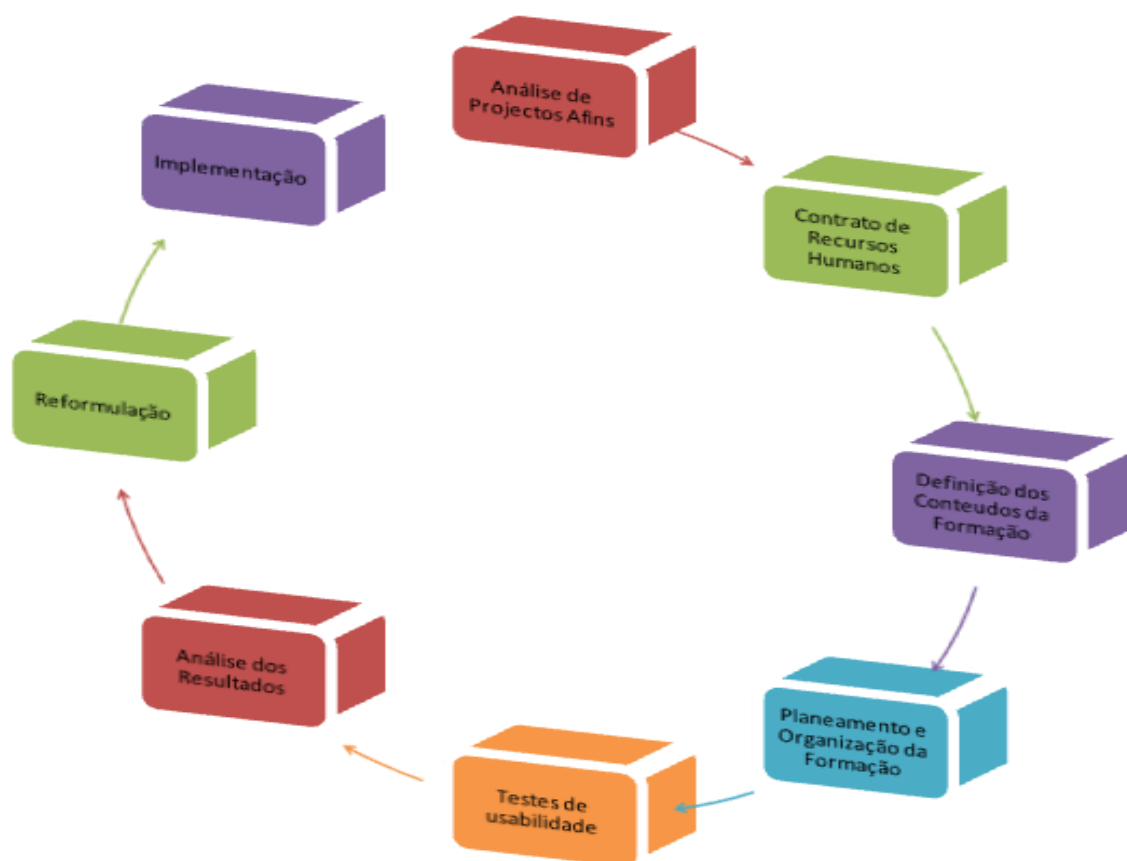


Ilustração 9 - Processos para Produção do Serviço

7.2.2 Processos para o Fornecimento de Serviços

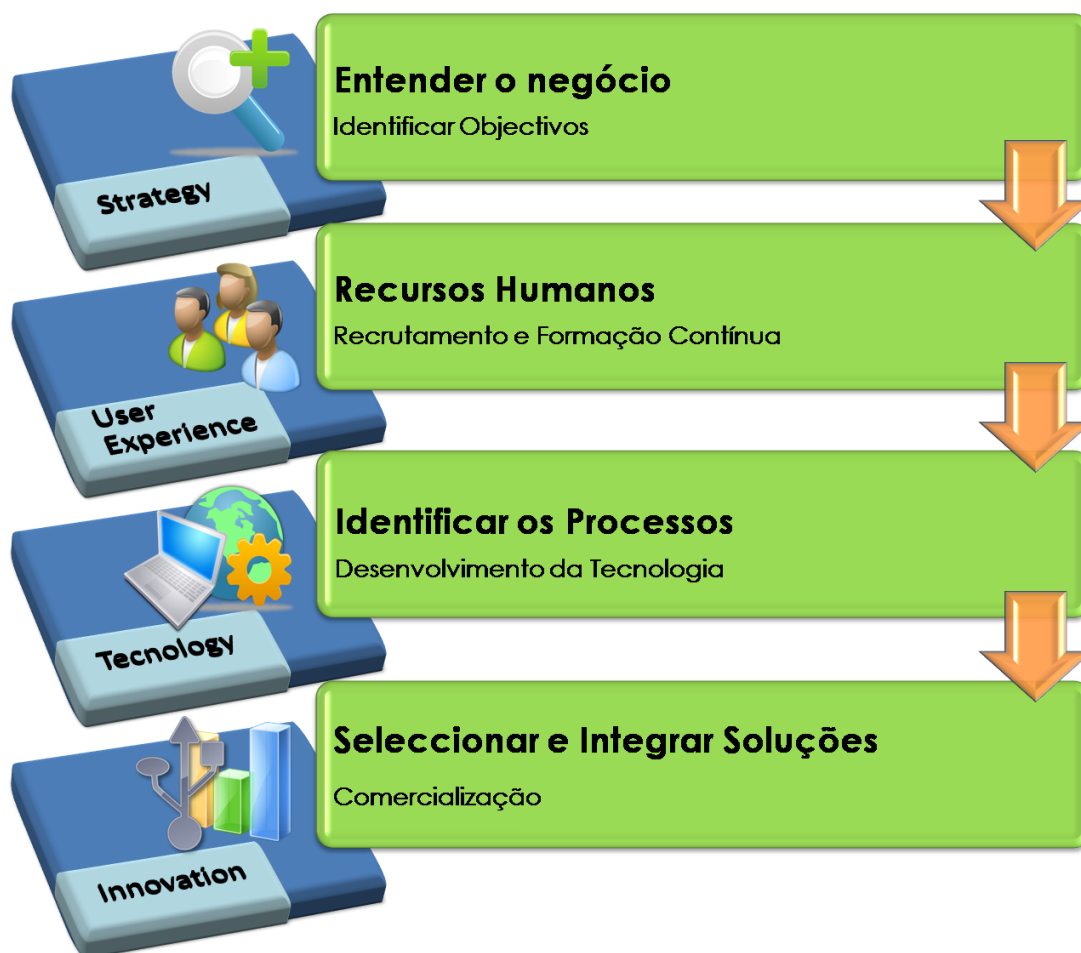


Ilustração 10 - Processo para o fornecimento do serviço

7.2.3 Capacidades

Antes de iniciarmos uma formação em SL é necessário verificar se existem condições técnicas para o correcto funcionamento da formação. Nesta perspetiva, os computadores a serem utilizados nas formações têm de possuir determinadas características (*cf.* tabela seguinte), visto que o SL é uma plataforma a 3D e que requer a sua instalação. Para se iniciar no SL é

igualmente necessário que os participantes possuam competências na área das TIC.

Windows	Requisitos Mínimos	Recomendável
Conexão Internet	Cabo ou DSL	Cabo ou DSL
Sistema Operativo	XP ou Vista	XP ou Vista
Processador	Pentium III ou Athion de 800 MHz ou melhor	1,5GHz(XP) 2GHz (Vista) 32bits ou melhor
Memória	512MB ou mais	1GB ou mais
Resolução da Tela	1024 x 768	1024 x 768 ou superior
Placa Gráfica para XP e Vista	NVIDIA GeForce 6600 ou melhor OU ATI Radeon 8500, 9250 (XP)ou melhor OU Chipset Intel 945	Placas gráficas NVIDIA Série 9000:9600, 9800 Série 200: 275GTX, 295GTX Placas gráficas ATI Série 4000: 4850, 4870, 4890 Série 5000: 5850, 5870, 5970

7.2.4 Tecnologia

Configurações mínima de hardware:

Processador: 1.6GHz Pentium 4 ou Athlon 2000+ ou superior;

Memória: 4GBMB

Placa Gráfica: nVidia GeForce 6600, ATI Radeon 9600, X600 ou superior

Softwares utilizados:

Windows Vista ou Windows 7

Programas do Microsoft Office - Para construções de textos, apresentações para eventos, formações e conferências.

Programas da Adobe (Flash; Dreamweaver; Photoshop; Illustrator; InDesing)- Construção de website e *criação de templates*.

Plataforma Moodle – Para elaboração de uma disciplina e-learning de apoio às formações.

Adobe Premiere – Para edição dos vídeos em Second Life.

Wordpress – para a construção de um Blog ou Web site.

Second Life

7.3 Plano de Recursos Humanos

Relativamente ao plano de Recursos Humanos o objectivo é constituir uma equipa de profissionais competentes. Para tal, pretende-se implementar um sistema de Formação contínua nas áreas em que actuamos.

7.4 Localização da Empresa

A empresa ficará localizada em Santarém, a escolha da localização da empresa teve por base os seguintes factores, proximidade com o mercado objectivo (Universidades de Terceira Idade – UTIs), os custos de transportes, a existência de boas vias de comunicação, oferta de mão de obra qualificada (formadores vindos da ESES), como podemos observar na ilustração 11, o distrito de santarém é uma zona central que fica próximo dos distritos que possuem mais UTIs, logo a empresa fica localizado num sítio estratégico relativamente ao mercado alvo.

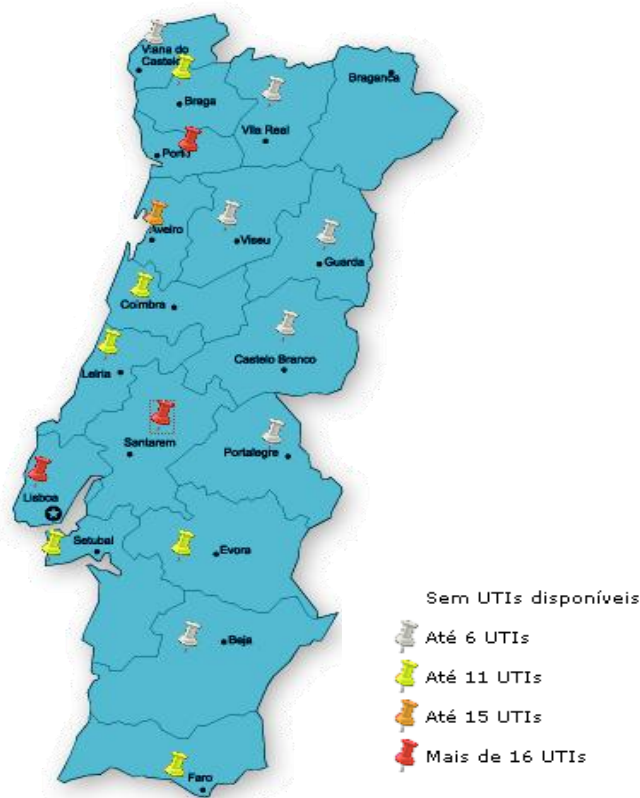


Ilustração 11 - Mapa com a distribuição das Universidades de Terceira Idade

A comunidade sénior terá uma localização específica no Second Life, **o espaço SLESES (Ilha da Escola Superior de Educação no SL, localizado em <http://slurl.com/secondlife/Sleses/39/216/21>).**

Todos os espaços onde possam ser realizadas as formações (implementação do curso nas diversas regiões).

7.5 Cadeia de Valor

Com vista à identificação das Vantagens Competitivas da Seniors In Second Life, propõem-se o recurso à análise da sua Cadeia de Valor.

Com base na análise dos diversos elementos que a constituem, podemos verificar que as actividades com um peso mais elevado são:

- P
rodução e Operações, 47,43% - esta compreende a execução das actividades de transformação dos inputs em outputs, designadamente no que respeita à formação em geral.
- I
nfra-estrutura da empresa, 19,75% - inclui a generalidade das actividades de apoio à cadeia de valor inteira, e não apenas de apoio a uma actividade individual. Estão aqui integradas as actividades de direcção, contabilidade, planeamento e qualidade da Seniors In Second Life.

Logo a margem libertada pela actividade e que é possível determinar cifra-se em cerca de 16% no ano de 2011

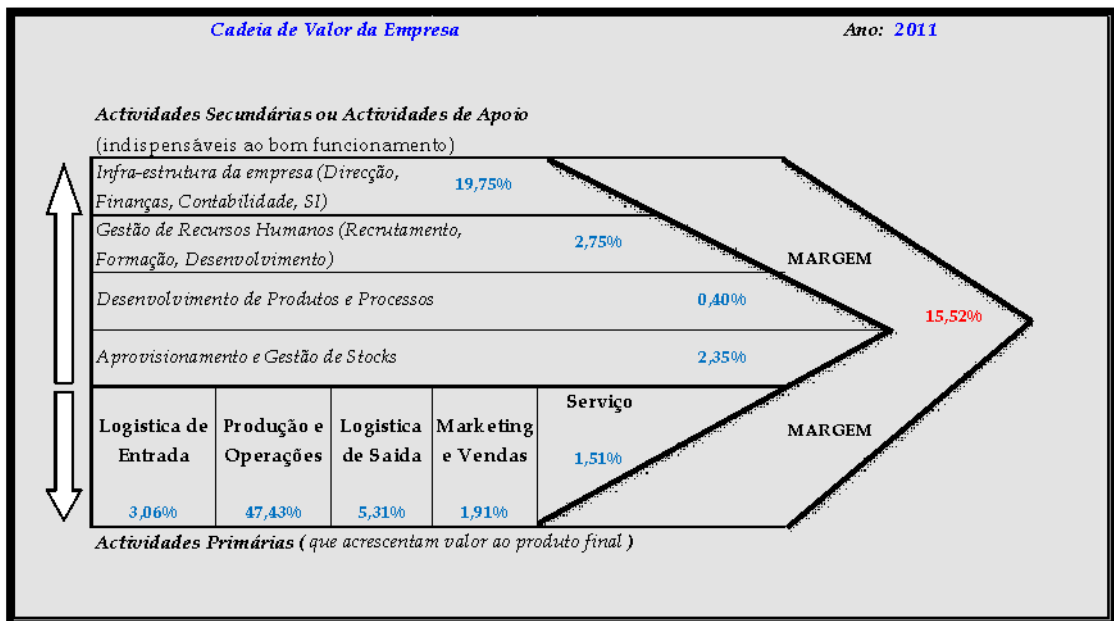


Ilustração 12 - Cadeia de Valor da Seniors In Second Life

8.0 IMPACTO SOCIAL

O que pretendemos com a implementação deste serviço é facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da Web 3.0 contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão, prioridade da estratégia «EU 2020».

8.1 Geração de Emprego Qualificado

O nosso serviço prima pela qualificação dos nossos formadores, que são formados na Escola Superior de Educação de Santarém, uma das escolas pioneiras, em Portugal, no Second Life.

8.2 Parcerias Tecnológicas

Uma das possíveis parcerias tecnológicas poderá ser associação Tempus d'ouro, que abriu recentemente as suas portas no Second Life e cujo seu principal objectivo é promover o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus associados, através de acções de carácter social, lazer, educação, saúde, desporto, arte e cultura. Esta Associação oferece no seu espaço SL várias zonas e serviços, como um *shopping*, um anfiteatro, um clube sénior, gabinetes de apoio (aconselhamento médico e Jurídico), uma Universidade Sénior, Biblioteca, etc. No entanto, ainda não estão a funcionar as actividades dirigidas aos seniores.

8.3 Parcerias de Negócio

Uma possível parceira de negócio será a RUTIS (Rede de Universidades de Terceira Idade). A RUTIS tem desenvolvido uma rede de parcerias com várias instituições que tem resultado numa mais-valia para todos os *stakeholders* (UTIS, seniores e empresas). Neste contexto, o serviço por nós oferecido faz todo sentido criar uma parceria com a RUTIS, de modo a que o nosso serviço seja implementado no programa de actividades das Universidades Seniores.

9.0 CARACTERIZAÇÃO JURÍDICA DA EMPRESA

9.1 Aspectos Jurídicos da Empresa

9.1.1 Denominação Social e Jurídica

A entidade competente para que seja efectuado o pedido do Certificado de Admissibilidade de firma ou denominação de pessoa colectiva é o RNPC –

Registo Nacional de Pessoas Colectivas, caso o mesmo seja aceite a denominação a adoptar será:

Seniors in secondlife, Lda

9.1.2 Tipo de Sociedade

Sociedade por Quotas sendo as suas características as seguintes:

- O
capital social será dividido em quotas;
- O
s sócios são solidariamente responsáveis por todas as entradas convencionadas no contrato social;
- A
Sociedade será constituída com um capital de 5000 Euros;
- A
firma desta sociedade será formada, pelo nome **Seniors In Second Life, Lda**;
- E
existirá uma quota única no valor de 5000 Euros;
- O
património social responde pelas dívidas da sociedade.

9.1.3 Custos de Legalização

A empresa utilizará o mecanismo da Empresa na Hora para proceder à sua constituição.

O custo deste serviço é de 360,00€, ao qual acresce imposto de selo à taxa de 0,4% sobre o valor do capital social. Este valor será pago no momento da constituição.

9.2 Pacto Social

O pacto social da **Seniors In Second Life**, procura responder às suas necessidades, tanto presentes como futuras como tal regulamentar o seguinte:

- Firma
- Sede
- Objecto
- Capital
- Gerência
- Forma de obrigar
- Representação dos sócios nas Assembleias Gerais

O Pacto da **Seniors In Second Life** ainda terá em conta e preverá o seguinte:

-A
possibilidade de poderem ser exigidas aos sócios prestações suplementares até ao dobro do capital social. Sendo estas sempre efectuadas em dinheiro e representam para os sócios uma obrigação estabelecendo entre a sociedade e o sócio uma relação de crédito - débito.
-P
revê expressamente a necessidade de consentimento prévio da sociedade para a cessão de quotas a estranhos, bem como o direito de preferência a favor da sociedade e dos sócios sucessivamente nas cessões onerosas de quotas.
-P
revê os casos em que é possível deliberar a amortização de quotas que tem por efeito a extinção da quota e estabelece ainda o destino da quota amortizada.

9.3 Plano de Implementação, Investimento e Controlo

As seguintes etapas identificam os principais passos de implementação do plano. É importante o cumprimento de cada uma das etapas em tempo e orçamento.



Ilustração 13 - Cronograma

O investimento previsto tem o seguinte plano:

Descrição do Investimento		
NR.Ordem	Rúbricas de Investimento	Valor
1	Secretarias normais	1.500 €
2	Cadeiras	450 €
3	Outro Mobiliário	500 €
4	Router 54Mbps Barricade SMC (Wi-fi)	30 €
5	Servidor HP Pavilion P63 10PT	799 €
6	Monitor LCD TFT 2310i HP 23"	199 €
7	Portáteis HP Pavilion DV6-1420EP	3.294 €
8	Impressora Laser Multifunções HP CM1312NFI	499 €
9	Outro Equip. Informático	750 €
10	MS Office PME 2007	399 €
11	MS Office Standard 2007	3.719 €
12	Produtos Macromedia	568 €
13	MS Visio Professional 2007	299 €
14	Outro Software	500 €
15	I&D - Equipamento	1.000 €
16	Publicidade	9.040 €
17	Fundo de Maneio - a 2 anos	13.222 €
TOTAL DO INVESTIMENTO		36.769 €

O objectivo do Plano de Negócios, é servir como um guia para a organização.

As seguintes áreas serão monitorizadas para avaliar o desempenho:

- R
receitas: mensal e anual;
- D
despesas: mensal e anual;
- D
desempenho dos parceiros;
- A
satisfação dos clientes.

10.0 PLANO DE CONTINGÊNCIA

Dificuldades e riscos:

- Problemas em gerar visibilidade e sensibilização do mercado alvo.
- Um concorrente já estabelecido que opte por competir em qualidade e flexibilidade.
- Adesão inferior à previsão do crescimento de mercado poderia prejudicar a rentabilidade.
- Os custos para desenvolver o projecto estarem subestimados.

- Recessão da economia.

O pior caso que os riscos podem incluir:

- Concluir-se que a empresa não se pode apoiar numa base de continuidade.
- Incapacidade de liquidar o equipamento passivo.

11.0 ANEXOS

Projeções do BP para 2010-2011

PROJEÇÕES DO BANCO DE PORTUGAL: 2010-2011							
Taxa de variação, em percentagem							
	Pesos 2008	BE Primavera 2010			BE Inverno 2009		
		2009	2010 ^(p)	2011 ^(p)	2009	2010 ^(p)	2011 ^(p)
Produto Interno Bruto	100.0	-2.7	0.4	0.8	-2.7	0.7	1.4
Consumo Privado	66.5	-0.8	1.1	0.3	-0.9	1.0	1.6
Consumo Público	20.7	3.5	-0.7	-0.2	2.0	0.7	1.1
Formação Bruta de Capital Fixo	21.7	-11.1	-6.3	0.3	-11.7	-3.4	0.9
Procura Interna	109.6	-2.5	-0.5	0.2	-2.9	0.3	1.4
Exportações	33.0	-11.6	3.6	3.7	-12.5	1.7	3.2
Importações	42.5	-9.2	0.2	1.4	-10.8	0.3	2.7
Contributo para o crescimento do PIB (em p.p.)							
Exportações líquidas		0.1	0.9	0.6	0.5	0.4	-0.1
Procura interna		-2.8	-0.6	0.2	-3.2	0.3	1.5
do qual: Variação de Existências		-0.6	0.1	0.0	-0.5	0.1	0.0
Balança Corrente e de Capital (% PIB)		-9.4	-8.8	-9.7	-8.2	-9.8	-11.3
Balança de Bens e Serviços (% PIB)		-6.8	-6.3	-5.8	-6.5	-6.8	-7.0
Índice Harmonizado de Preços no Consumidor		-0.9	0.8	1.5	-0.9	0.7	1.6

Fonte: Banco de Portugal.
Notas: (p) - projectado. Para cada agregado apresenta-se a projecção correspondente ao valor mais provável condicional ao conjunto de hipóteses consideradas. As actuais projecções foram elaboradas com informação disponível até meados de Março de 2010.

Taxa de Derrama de IRC lançada para cobrança em 2010 referente ao exercício de 2009

EXERCÍCIO	2009
DERRAMA	1,50 %
DERRAMA REDUZIDA	0,00 %
ISENÇÃO DERRAMA (ARTº 12º DA LEI DAS FINANÇAS LOCAIS):	Não

CRITÉRIOS ESPECÍFICOS APROVADOS (ARTº 14º, Nº 3 DA LEI DAS FINANÇAS LOCAIS):	Não
DATA DO DESPACHO:	
Nº DO PROCESSO:	
DATA DA ÚLTIMA ACTUALIZAÇÃO:	2009-11-30 10:30:37

Taxas de juro de referência em 26/04/2010

Indexante	Prazo	Data	Valor	Média do último mês
EURIBOR	1 Semana	26/04/2010	0,347%	-
EURIBOR	1 Mês	26/04/2010	0,404%	0,406%
EURIBOR	3 Meses	26/04/2010	0,645%	0,645%
EURIBOR	6 Meses	26/04/2010	0,959%	0,952%
EURIBOR	12 Meses	26/04/2010	1,228%	1,215%
EONIA	-	26/04/2010	0,345%	-
TBA	-	26/04/2010	0,786%	-
REFIRATE	-	26/04/2010	1,000%	-

Volume de negócios do mercado - Fonte: INE

Quadro extraído em 28 de Abril de 2010 (11:44:14)

<http://www.ine.pt>

Actividade económica (CAE Rev. 3)	Escalaço de pessoal ao serviço	Volume de negócios (€) das empresas por Actividade económica (CAE Rev. 3) e Escalaço de pessoal ao serviço; Anual	
		Período de referência dos dados	
		2008	2007
		Localização geográfica	
		Portugal	
		PT	
		€	€
Educação	Total	1408519708	1339376707
Formação profissional, escolas de línguas e outras actividades educativas	Total	562601618	528498783
Outras actividades educativas, n.e.	Total	203511256	183595782

Volume de negócios (€) das empresas por Actividade económica (CAE Rev. 3) e Escalaço de pessoal ao serviço; Anual - INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Última actualização destes dados: 17 de Março de 2010

**Dados relativos ao CAE: 85593 Outras actividades educativas, n.e. -
Fonte: Coface**

Dados Relativos ao CAE: **85593 - Outras actividades educativas, n.e.**
Em Portugal existem um total de **1432** empresas com o código de actividade empresarial primário seleccionado.
Temos dados de vendas relativos a **749** das maiores empresas, que somam um total de **93.735.583** euros no sector.

Empresas e localização

Distritos	Nº empresas	%empresas	Vendas	Empregados
Angra do Heroísmo	3	0,40%	210.904	0
Aveiro	46	6,10%	2.485.885	6
Beja	3	0,40%	49.890	1
Braga	49	6,50%	4.381.818	11
Bragança	2	0,30%	429.162	0
Castelo Branco	9	1,20%	379.148	0
Coimbra	25	3,30%	867.226	2
Évora	4	0,50%	225.052	0
Faro	31	4,10%	1.630.440	6
Funchal	6	0,80%	264.155	0
Guarda	10	1,30%	701.785	4
Horta	0	0,00%	0	0
Leiria	30	4,00%	5.594.770	86
Lisboa	249	33,20%	56.889.311	465
Ponta Delgada	4	0,50%	227.956	0
Portalegre	1	0,10%	40.522	0
Porto	160	21,40%	7.901.850	87
Santarém	23	3,10%	1.226.440	0
Setúbal	67	8,90%	9.157.421	89
Viana do Castelo	5	0,70%	311.991	205
Vila Real	6	0,80%	182.391	4
Viseu	16	2,10%	577.466	5
Total	749	100%	93.735.583	971

Nota: Os dados fornecidos provêm de uma base de dados com a totalidade das empresas Portuguesas registadas e compiladas pela Coface Serviços Portugal. Última actualização: Agosto de 2008.

este tipo de informação está usualmente disponível nas empresas de maior dimensão responsáveis pela grande parte da facturação.

CAE	NOME	CONCELHO	Volume de Negócios	Nº Empregados
85420	COFAC-	Lisboa	35.279.197	239
85420	UNIVERSIDADE DE	Coimbra	28.046.009	3541
85593	CONTRA-LOGISTICA	Sintra	18.471.438	30
85420	UNIVERSIDADE DE	Aveiro	11.975.613	1382
85592	ESCOLAS	Lisboa	8.745.422	235
85310	COLEGIO MODERNO	Lisboa	8.594.491	250
85420	UNIVERSIDADE DO	Faro	8.499.672	400
85420	UNIVERSIDADE	Porto	8.094.839	170
85420	FACULDADE DE	Porto	7.878.468	1192
85420	ENSINAVE-	Póvoa de Lanhoso	6.891.344	40

Balanço Previsional da Seniors In Second Life

Balanços Previsionais

ACTIVO	2011	2012	2013	2014	2015
IMOBILIZAÇÕES	23.625 €	23.625 €	23.625 €	23.625 €	23.625 €
AMORTIZAÇÕES E REINT. ACUMULADAS	6.425 €	12.849 €	19.274 €	22.353 €	22.667 €
IMOBILIZADO	17.201 €	10.776 €	4.352 €	1.272 €	958 €
Mercadorias	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Matérias-primas e Subsidiárias	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Produtos-Acabados e em Curso	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Provisão p/ Depreciação de Existências	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
EXISTÊNCIAS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
DIVIDAS DE TERCEIROS M/L PRAZO	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Clientes	14.795 €	7.738 €	10.998 €	14.792 €	16.064 €
Estado e Outros Entes Públicos	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Outros devedores	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Provisão p/ Cobranças Duvidosas	296 €	155 €	220 €	296 €	321 €
DIVIDAS DE TERCEIROS CURTO PRAZO	14.499 €	7.583 €	10.778 €	14.496 €	15.743 €
APLICAÇÕES DE TESOURARIA	47.827 €	54.655 €	72.894 €	95.754 €	130.164 €
DEPÓSITOS BANCÁRIOS / CAIXA	9.524 €	11.040 €	11.307 €	11.580 €	11.860 €
ACRÉSCIMOS E DIFERIMENTOS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
TOTAL DO ACTIVO	89.050 €	84.054 €	99.330 €	123.102 €	158.725 €

CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	2011	2012	2013	2014	2015
Capital	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €
Prestações suplementares	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultados Transitados	0 €	19.277 €	30.041 €	46.853 €	74.029 €
Resultados Líquidos	19.277 €	11.330 €	17.698 €	28.605 €	41.477 €
CAPITAL PRÓPRIO	24.277 €	35.607 €	52.738 €	80.459 €	120.505 €
PROVISÕES P/ OUTROS RISCOS E ENC.	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Empréstimos Obtidos	36.125 €	29.557 €	22.989 €	16.421 €	9.852 €
Suprimentos	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Outros	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
DIVIDAS A TERCEIROS M/L PRAZO	36.125 €	29.557 €	22.989 €	16.421 €	9.852 €
Empréstimos Obtidos	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Fornecedores	10.936 €	5.556 €	5.644 €	5.735 €	5.826 €
Estado e Outros Entes Públicos	9.112 €	2.236 €	6.527 €	8.714 €	10.414 €
Outros	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
DIVIDAS A TERCEIROS CURTO PRAZO	20.048 €	7.792 €	12.172 €	14.449 €	16.241 €
ACRÉSCIMOS E DIFERIMENTOS	8.599 €	11.098 €	11.431 €	11.774 €	12.127 €
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	89.050 €	84.054 €	99.330 €	123.102 €	158.725 €

Demonstração de Resultados Previsional da Seniors In Second Life

Demonstração de Resultados Previsionais

	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
PROVEITOS E GANHOS					
VENDAS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	150.000 €	156.900 €	167.255 €	179.967 €	195.444 €
VARIAÇÃO DA PRODUÇÃO	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
TRABALHOS P/ PRÓPRIA EMPRESA	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
PROVEITOS E GANHOS EXTRAORDINÁRIOS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Total	150.000 €	156.900 €	167.255 €	179.967 €	195.444 €
CUSTOS E PERDAS					
C.M.V.M.C.	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS	55.440 €	56.327 €	57.228 €	58.144 €	59.074 €
CUSTOS COM O PESSOAL	60.436 €	77.996 €	80.336 €	82.746 €	85.228 €
AMORTIZAÇÕES DO EXERCÍCIO	6.425 €	6.425 €	6.425 €	3.079 €	314 €
PROVISÕES DO EXERCÍCIO	296 €	155 €	220 €	296 €	321 €
IMPOSTOS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
OUTROS CUSTOS	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Total	122.596 €	140.902 €	144.209 €	144.265 €	144.938 €
RESUL. ANTES DA FUNÇÃO FINANCEIRA	27.404 €	15.998 €	23.047 €	35.702 €	50.506 €
CUSTOS E PERDAS FINANCEIRAS	4.422 €	3.869 €	3.132 €	2.395 €	1.658 €
PROVEITOS E GANHOS FINANCEIROS	2.850 €	3.054 €	3.801 €	5.026 €	6.732 €
RESULTADOS ANTES DE IMPOSTOS	25.832 €	15.182 €	23.715 €	38.332 €	55.580 €
IMPOSTOS SOBRE OS LUCROS	6.555 €	3.853 €	6.018 €	9.727 €	14.103 €
RESULTADOS LÍQUIDOS	19.277 €	11.330 €	17.698 €	28.605 €	41.477 €
TX CRESCIMENTO DOS PROVEITOS		4,60%	6,60%	7,60%	8,60%
Resultados Operacionais = RO	27.404 €	15.998 €	23.047 €	35.702 €	50.506 €
Resultados Financeiros = RF	-1.571 €	-815 €	669 €	2.630 €	5.074 €
Resultados Correntes = RC	25.832 €	15.182 €	23.715 €	38.332 €	55.580 €
Resultados antes de impostos = RAI	25.832 €	15.182 €	23.715 €	38.332 €	55.580 €
Resultado líquido do exercício = RLE	19.277 €	11.330 €	17.698 €	28.605 €	41.477 €

Tesouraria Líquida da Seniors In Second Life

Tesouraria Liquida						
	2011	2012	2013	2014	2015	
1 Capital Proprio	24.277 €	35.607 €	52.738 €	80.459 €	120.505 €	
2 Capital Alheio Estavel	36.125 €	29.557 €	22.989 €	16.421 €	9.852 €	
3 CAPITAIS PERMANENTES (1+2)	60.403 €	65.164 €	75.727 €	96.879 €	130.357 €	
4 ACTIVO FIXO	23.625 €	23.625 €	23.625 €	23.625 €	23.625 €	
5 FUNDO DE MANEIO (3-4)	36.777 €	41.539 €	52.102 €	73.254 €	106.732 €	
6 Clientes	14.795 €	7.738 €	10.998 €	14.792 €	16.064 €	
7 Existências	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
8 Estado e outros Entes Publicos (a receber)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
9 Outros devedores de Exploração	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
10 NECESSIDADES CICLICAS (6+7+8+9)	14.795 €	7.738 €	10.998 €	14.792 €	16.064 €	
11 Fornecedores	10.936 €	5.556 €	5.644 €	5.735 €	5.826 €	
12 Estado e outros Entes Publicos (a pagar)	9.112 €	2.236 €	6.527 €	8.714 €	10.414 €	
13 Outros credores de Exploração	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
14 RECURSOS CICLICOS (11+12+13)	20.048 €	7.792 €	12.172 €	14.449 €	16.241 €	
15 NECESSIDADES EM FUNDO DE MANEIO (10-14)	-5.253 €	-54 €	-1.174 €	343 €	-177 €	
16 TESOURARIA LIQUIDA (5-15)	42.031 €	41.593 €	53.276 €	72.911 €	106.909 €	

Cash-Flow da Seniors In Second Life

Análise de Viabilidade Económica e Financeira

CÔMPUTO DO CASH-FLOW	2011	2012	2013	2014	2015	ANO 6
MEIOS LIBERTOS	25.998 €	17.909 €	24.342 €	31.980 €	42.112 €	
IMPOSTOS						
IRC	6.555 €	3.853 €	6.018 €	9.727 €	14.103 €	
INVESTIMENTO						
ACTIVO IMOBILIZADO	-23.625 €	0 €	0 €	0 €	0 €	
FUNDO DE MANEIO	-13.382 €	-13.222 €	-16.660 €	-20.637 €	-22.098 €	
TOTAL DO INVESTIMENTO	-37.008 €	-13.222 €	-16.660 €	-20.637 €	-22.098 €	
VALORES RESIDUAIS						
ACTIVO IMOBILIZADO						958 €
FUNDO DE MANEIO						-85.999 €
CASH - FLOW	-4.455 €	8.539 €	13.700 €	21.070 €	34.118 €	-85.041 €

Indicadores Económicos da Seniors In Second Life

Indicadores Económicos					
	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
VAB - Valor Acrescentado Bruto	91.417 €	98.942 €	111.365 €	127.084 €	146.518 €
Produtividade Líquida	22.854 €	19.788 €	22.273 €	25.417 €	29.304 €
Varição % Produtividade Líquida		-13%	13%	14%	15%
Produtividade do Equipamento	673%	728%	820%	935%	1079%
Vendas/nº de trabalhadores	37.500 €	31.380 €	33.451 €	35.993 €	39.089 €

Indicadores Financeiros da Seniors In Second Life

Indicadores Financeiros					
INDICADORES FINANCEIROS	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
LIQUIDEZ:					
Liquidez Geral	1,21	2,41	1,83	1,83	1,72
Liquidez Reduzida	1,21	2,41	1,83	1,83	1,72
RENTABILIDADE DAS VENDAS:					
Rentabilidade das Vendas	18,27%	10,20%	13,78%	19,84%	25,84%
R.L. / Vendas	12,85%	7,22%	10,58%	15,89%	21,22%
RENTABILIDADE DO ACTIVO:					
Rentabilidade do Activo	30,77%	19,03%	23,20%	29,00%	31,82%
R.L. / Activo Total	21,65%	13,48%	17,82%	23,24%	26,13%
RENTABILIDADE CAPITAIS PRÓPRIOS:					
Rentabilidade Capitais Próprios	79,40%	31,82%	33,56%	35,55%	34,42%
ENDIVIDAMENTO:					
Autonomia Financeira	27,26%	42,36%	53,09%	65,36%	75,92%
Solvabilidade	37,48%	73,50%	113,19%	188,68%	315,29%
Debt to Equity Ratio:					
Passivo MLP	148,80%	83,01%	43,59%	20,41%	8,18%
Passivo Total	266,80%	136,06%	88,34%	53,00%	31,72%
ACTIVIDADE:					
Tempo Médio de Recebimento (dias)	36	18	24	30	30
Tempo Médio de Pagamento (dias)	72	36	36	36	36
Rotação do Activo (vezes)	1,68	1,87	1,68	1,46	1,23
COBERTURA DO IMOBILIZADO:					
Cobertura do Imobilizado	255,67%	275,82%	320,53%	410,07%	551,77%
Pelos Capitais Próprios	102,76%	150,72%	223,23%	340,56%	510,07%
GRAU DE ALAVANCA:					
GAO = MARGEM BRUTA / R.O.	3,5	6,3	4,8	3,4	2,7
Grau de Alavanca Financeira	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9
GAC = GAO*GAF	3,7	6,6	4,6	3,2	2,5
TESOURARIA:					
Fundo Maneio	36.777 €	41.539 €	52.102 €	73.254 €	106.732 €
Necessidades Fundo Maneio	-5.253 €	-54 €	-1.174 €	343 €	-177 €
Tesouraria Líquida	42.031 €	41.593 €	53.276 €	72.911 €	106.909 €

ANEXO 5 – JORNAL SESIMBRENSE ANEXO 5 – JORNAL SESIMBRENSE**Dia das Tecnologias na EBI da Quinta do Conde**

No passado dia 20 de Abril, os alunos daquela instituição de ensino foram os protagonistas de um dia dedicado às Tecnologias, às suas potencialidades e perigos, através de mostra de trabalhos, exposições, palestras e actividades relacionadas com a Informática.

Alexandra Pinto, uma das docentes responsáveis pelo projecto, explicou a O *Sesimbrense* que a importância de um dia dedicado a este tema reveste-se no “impacto” que as Tecnologias de Informação e comunicação têm sobre toda a actividade económica e social, seja na escola, no trabalho, no lazer ou nas relações entre os indivíduos: “é neste contexto que surge a ideia de dinamizar um dia dedicado à Informática que tem como objectivo divulgar a importância e potencialidades da mesma na sociedade actual, possibilitando aos alunos uma actividade de enriquecimento e valorização dos seus conhecimentos e capacidades, contactando com as diferentes áreas da informática num ambiente descontraído, lúdico e de convívio com professores e profissionais desta área do conhecimento.”

As actividades incluíram workshops sobre como criar um blogue, uma apresentação de trabalhos sobre as Redes Sociais, uma palestra sobre Protecção de Dados, ministrada por António Costa, da Comissão de Protecção de Dados, entre outras actividades.

Na dinamização do evento estiveram envolvidos alunos do 8ºano de Área Projecto, 9ºano de Introdução às Tecnologias de Informação de Comunicação, alunos dos Cursos de Formação e Educação e os alunos do Ensino Nocturno – Formação Modular TIC, que segundo a docente se mostraram “motivados em participar”, sendo que os professores os procuram

motivar “através de estratégias inovadoras e actividades diversificadas.

Projecto “Seniors in Second Life”

No âmbito do seu mestrado em Educação e Comunicação Multimédia, nas turmas B e D de Formação Modular TIC – Ensino Nocturno, Alexandra Pinto encontra-se a desenvolver um projecto intitulado “Seniors in Second Life”, que segundo nos explicou, “questiona as diferentes ferramentas digitais que podem promover a sociabilidade de adultos com idade superior a 50 anos, destacando os mundos virtuais, afim de, perceber até que ponto o Second Life (SL) pode ser um espaço atractivo de comunicação síncrona e assíncrona.” A ideia “é criar um serviço que permita facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar as ferramentas digitais da Web 3.0 contribuindo para reduzir os níveis de literacia e lutar contra a infoexclusão.”

O processo decorrerá em três momentos que incluem uma formação, seguida de uma visita guiada pela Ilha da NOAA, com o objectivo de mostrar algumas consequências das mudanças climáticas e no final, mediante avaliação e implementação da comunidade no Second Life, a ideia passa por “internacionalizar a ideia através do concurso ao Programa de Aprendizagem ao longo da Vida, na medida GRUNDTVIG, na acção de mobilidades individuais - Projecto de Voluntariado Sénior.” **MJV**

ANEXO 6 – Model and Template for Assessment of Social Presence

Category	Indicators	Definition	Example
Affective	Expression of emotions	Conventional expressions of emotion, or unconventional expressions of emotion, includes, repetitious punctuation, conspicuous capitalization, emoticons.	"I just can't stand it when ...!!!!" "ANYBODY OUT THERE!"
	Use of humor	Teasing, cajoling, irony, understatements, sarcasm.	The banana crop in Edmonton is looking good this year :)
	Self-disclosure	Presents details of life outside of class, or expresses vulnerability	"Where I work, this is what we do..." I just don't understand this question"
Interactive	Continuing a thread	Using reply feature of software, rather than starting a new thread.	Software dependent, e.g., "Subject: Re" or "Branch from"
	Quoting from others' messages.	Using software features to quote others entire message or cut and pasting selections of others' messages.	Software dependent, e.g., "Martha writes:" or text prefaced by less than symbol <.
	Referring explicitly to others' messages.	Direct references to contents of others' posts.	"In your message, you talked about Moore's distinction between"
	Asking questions	Students ask questions of other students or the moderator.	"Anyone else had experience with WEBCT?"
	Complimenting others or expressing appreciation	Complimenting others or contents of others' messages.	"I really like your interpretation of the reading"
	Expressing agreement	Expressing agreement with others or content of others' messages.	"I was thinking the same thing. You really hit the nail on the head."
Cohesive	Vocatives	Addressing or referring to participants by name.	"I think John made a good point." "John, what do you think?"
	Addresses or refers to the group using inclusive pronouns	Addresses the group as we, us, our, group.	"Our textbook refers to...", "I think we veered off track..."
	Phatics, salutations	Communication that serves a purely social function; greetings, closures.	"Hi all," "That's it for now" "We're having the most beautiful weather here"

ANEXO 7 - QUESTIONÁRIO

Identificação

Nome Real:

Nome Virtual:

1. Já conhecia ou utilizava o Second Life (SL) antes da formação?
2. O que acha da utilização e navegação do SL?
3. Como escolheu o nome do seu avatar?Porque escolheu esse nome?
- 4.Qual o aspecto do seu Avatar?Fez algumas alterações?Preocupou-se que aparência do seu avatar tivesse características físicas pessoais?
5. Consegue identificar os seus colegas através do Avatar?Como?Pelo nome ou pela aparência física.
6. Quais as emoções sentidas ao entrar no mundo Virtual Second Life?
7. Como descreve as interações com os outros avatares no SL?
8. Qual o formato que se adequa melhor às suas competências comunicativas em SL? Recurso ao Chat ou voz? Justifique?
9. Depois de utilizar o SL, acha que o Second Life promove a sociabilização?Porquê?
10. Na sua opinião quais as vantagens e limitações do Second Life?

GRELHA DE ANÁLISE ÀS RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS						
Questionários	1	2	3	4	5	6
Nome Virtual	Manhaz Xue	Mariaco Viper	Diana Lycour	Gaby Malus	Luis Nikita	Paulos Malus
Já conhecia ou utilizava o Second Life (SL) antes da formação?	Já tinha ouvido falar mas nunca tinha utilizado.	Não	Não	Não	Não	Sim, mas não tinha usado.
2. O que acha da utilização e navegação do SL?	Difícil, tem muitas opções.	Não foi fácil ao início.	Tem muitas opções e por vezes sinto-me perdida	A navegação ao início parece confusa.	A utilização é acessível tem tudo em português.	Agora já utilizo sem problemas, mas ao início parece difícil a movimentação.
3. Como escolheu o nome do seu avatar?Porque escolheu esse nome?	É o meu primeiro nome com o apelido que estava disponível.	Era o que estava disponível com os meus nomes.	É o nome da minha neta.	É o nome que a minha família me chama mais um apelido da lista do SL.	Porque é o meu nome e assim não me esqueço.	Escolhi o meu segundo nome porque é assim que me chamam.
4.Qual o aspecto do seu Avatar?Fez algumas alterações?Preocupou-se que aparência do seu avatar tivesse características físicas pessoais?	É descontraído, modifiquei a roupa de acordo com meu gosto tentei que tivesse algumas características minhas.	Foi o que gostei mais da lista, ainda só consegui tirar a roupa.	Quero que seja diferente de mim, pelo menos a nível visual, queria que o meu avatar fosse mais bonito.	Escolhi um avatar masculino pois queria uma identidade diferente.	Escolhi um avatar simples, ainda não modifiquei muito o aspecto inicial.	Escolhi um avatar que a nível físico nada tem a ver comigo, um pouco mais excêntrico.

5. Consegue identificar os seus colegas através do Avatar? Como? Pelo nome ou pela aparência física.	Não, só pelo nome de alguns	Não	Não	Não	Alguns através do nome.	Sim através do nome.
6. Quais as emoções sentidas ao entrar no mundo Virtual Second Life?	E agora o que Faço!!!	Desespero e fascinação pelas cores objectos 3D.	Inicialmente estava preocupada porque não estava muito motivada mas depois gostei do que vi.	Gostei do mundo virtual, fiquei fascinada com a quantidade de coisas que podemos fazer.	-	É divertido e viciante.
7. Como descreve as interacções com os outros avatares no SL?	No SL há mais proximidade, as relações são mais espontâneas.	Julgo que há espírito de entreajuda neste novo mundo, as relações estão mais próximas.	Acho que o moodle é mais fácil de utilizar mas não existe tanta interacção como no SL.		No SL sinto-me mais tímido e não interajo tanto.	Acho que nos sentimos mais libertos, há maior desinibição.
8. Qual o formato que se adequa melhor às suas competências comunicativas em SL? Recurso ao Chat ou voz? Justifique?	O chat, é mais prático.	Só usamos a escrita mas como gosto muito de falar acho que a voz seria o melhor.	-	-	O chat escrito.	Apenas utilizamos o Chat escrito mas tenho curiosidade na utilização de voz.

9. Depois de utilizar o SL, acha que o Second Life promove a sociabilização?Porquê?	<p>Sim, as pessoas ficam mais desinibidas e há a sensação de proximidade que nas outras redes sociais não têm.</p>	<p>Julgo que sim, conhecemos pessoas de toda parte do mundo.</p>	<p>Sim</p>	<p>Acho que sim.</p>	<p>-</p>	<p>Sim, o SL dispõe de diversas funcionalidades propícias de sociabilização e a tecnologia caminha cada vez mais para espaços SL.</p>
10. Na sua opinião quais as vantagens e limitações do Second Life?	<p>A navegação pelo mundo sem sair de casa. Tem muitas opções por vezes sinto-me perdida.</p>	<p>Temos a grande vantagem de poder assistir a formações, workshops, etc. No entanto, temos de ter cuidado com o quanto deixamos que interfira com a nossa privacidade.</p>	<p>Podemos ter aulas em casa mas não é muito fácil de usar.</p>	<p>-</p>	<p>Tem a vantagem de estar em português e de já se utilizar para muitas coisas, como conferências, etc.</p>	<p>Estamos limitados a nível de computadores e de internet. As potencialidades são bastantes desde educacionais a momentos de lazer.</p>