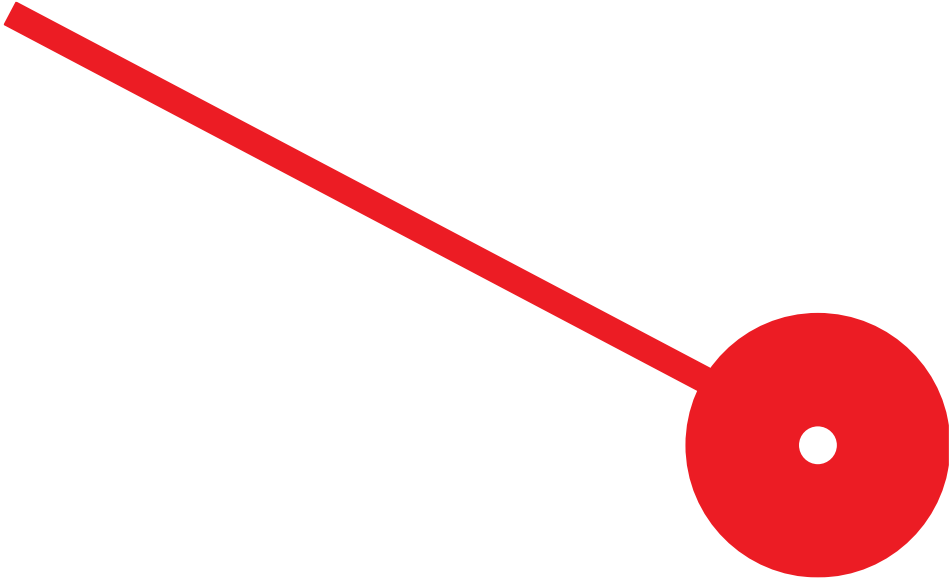




# Prestígio e Atratividade das Ocupações Digitais: Um Estudo sobre a Perceção do Ensino Superior

Matilde Barbosa Ribeiro

10/25

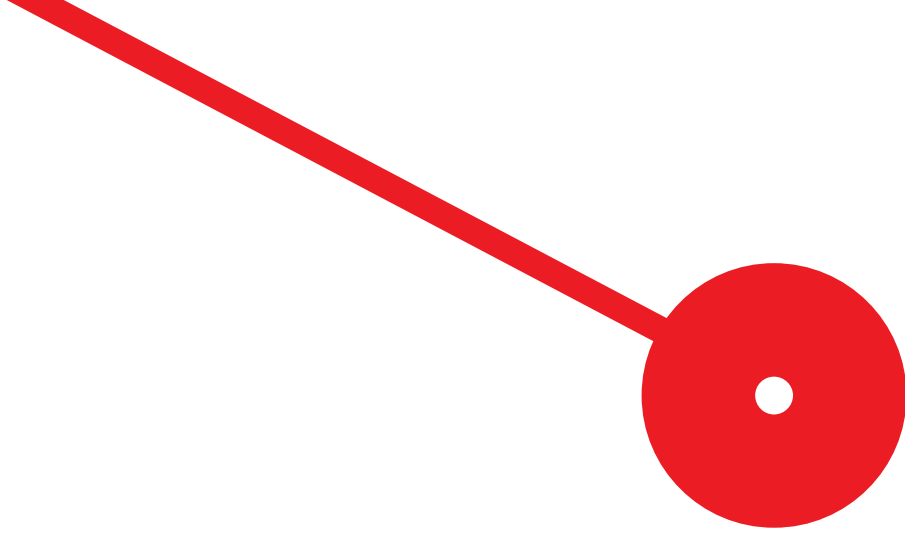




# **Prestígio e Atratividade das Ocupações Digitais: Um Estudo sobre a Perceção do Ensino Superior**

**Matilde Barbosa Ribeiro**

**Dissertação de Mestrado  
apresentada ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração  
do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Gestão das  
Organizações, ramo em Gestão de Empresas, sob orientação da  
Prof. Doutora Ana Cláudia Moreira Rodrigues**



## **Agradecimentos**

O meu percurso académico foi fortemente encorajado pelas pessoas que me rodeiam e me inspiram a crescer enquanto indivíduo, com todos os seus sonhos e ambições. Com bons exemplos e uma presença contínua consegui completar os ciclos de estudo a que me propus com sucesso e perseverança.

Agradeço aos meus pais, Maria da Graça Moura e Carlos Ribeiro, pelo apoio contínuo e por todos os momentos que estiveram ao meu lado, transmitindo-me constantemente que a educação era um bem precioso e no qual devia persistir. Moldei-me pelas vossas mãos com a certeza dos bons valores que carrego.

À minha irmã, Mafalda Ribeiro, para a qual sempre olhei com admiração e carinho e que me ajudou inúmeras vezes durante o meu percurso académico. Representas em mim um exemplo de Mulher a seguir.

Ao meu namorado, Amândio Luís, o meu melhor amigo, parceiro e companheiro de vida, que esteve sempre disponível para me ajudar, que me motivou incansavelmente e que todos os dias me demonstra que é um exemplo de foco, resiliência e trabalho duro. És uma inspiração para mim.

Por fim, um obrigada à minha orientadora Professora Doutora, Ana Cláudia Moreira Rodrigues, pelo seu acompanhamento e constantes orientação durante a realização da dissertação. Foram fundamentais para que nos momentos de maior estagnação conseguisse olhar com positivismo para o futuro que me esperava e os frutos que iria colher. Enquanto professora de Licenciatura e de Mestrado transmitiu-me conhecimentos e valores que levo para a vida, e que me dão a certeza que de serei uma excelente profissional.

## **Resumo:**

Num contexto global marcado pela transformação digital e pela crescente procura de profissionais qualificados em áreas tecnológicas, torna-se fundamental compreender as motivações, barreiras e percepções dos estudantes que se encontram em transição para o mercado de trabalho.

O presente estudo tem como objetivo explorar as percepções dos estudantes do ensino superior sobre as ocupações digitais, com especial enfoque no interesse em seguir carreiras nesta área, na percepção do prestígio associado e na avaliação dos principais desafios inerentes ao trabalho digital. Esta investigação tem natureza exploratória, centra-se especificamente no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) como unidade de análise, adotando uma abordagem quantitativa através da aplicação de questionários a 214 estudantes e a 8 Diretores de Curso da instituição.

Os resultados revelam que os estudantes das áreas das ciências empresariais reconhecem amplamente ocupações digitais associadas ao marketing digital, comunicação e gestão de pessoas, contrastando com o desconhecimento de funções mais tecnológicas, como as relacionadas com machine learning, mesmo dentro das suas áreas de estudo. Verifica-se uma tendência a atribuir maior prestígio a ocupações digitais de natureza analítica e estratégica, em detrimento de funções operacionais e repetitivas. As principais barreiras identificadas são a insuficiência de competências digitais e a insegurança quanto à proteção de dados e à privacidade.

Os estudantes valorizam particularmente as ocupações digitais que oferecem perspetivas de crescimento e geram valor acrescentado à sociedade, alinhando-se com as exigências do mercado atual. Este estudo contribui para o aprofundamento do conhecimento sobre as ocupações digitais entre estudantes finalistas do ensino superior, uma abordagem inédita, tanto quanto é do nosso conhecimento, e para o debate sobre a valorização destas profissões junto da população qualificada. Oferece ainda contributos relevantes para instituições de ensino e para a formulação de políticas públicas, no sentido de promover a empregabilidade e a utilidade social das formações que veiculam, através da promoção junto dos seus estudantes de competências digitais e de maior conhecimento do mercado de trabalho digital.

**Palavras-chave:** Ocupações digitais; Ensino Superior; Prestígio social; Competências digitais; Mercado de trabalho

## **Abstract:**

In a global context marked by digital transformation and the growing demand for qualified professionals in technological fields, it becomes essential to understand the motivations, barriers, and perceptions of students who are in the process of transitioning to the labor market.

This study aims to explore higher education students' perceptions of digital occupations, with particular focus on their interest in pursuing careers in this area, their perception of the associated prestige, and their assessment of the main challenges inherent to digital work. This research is exploratory in nature and focuses specifically on the Porto Accounting and Business School (ISCAP) as the unit of analysis, adopting a quantitative approach through the application of questionnaires to 214 students and 8 Program Directors from the institution.

The results reveal that students from business-related fields widely associate digital occupations with digital marketing, communication, and people management, while showing limited awareness of more technological roles, such as those related to machine learning, even within their own fields of study. There is a tendency to attribute greater prestige to digital occupations of an analytical and strategic nature, as opposed to operational and repetitive functions. The main barriers identified are the lack of digital skills and concerns regarding data protection and privacy.

Students particularly value digital occupations that offer growth prospects and generate added value for society, aligning with the demands of the current job market. This study contributes to deepening the understanding of digital occupations among higher education graduates, an approach that is, to the best of our knowledge, unprecedented and to the discussion about the appreciation of these professions among the qualified population. It also provides relevant contributions for educational institutions and for public policy formulation, in order to promote employability and the social usefulness of the programs they offer, by fostering digital skills and greater awareness of the digital labor market among their students.

**Keywords:** *Digital occupations; Higher education; Social prestige; Digital skills and Labor market*

## Índice

1.1	Introdução ao Trabalho na Sociedade Contemporânea .....	7
1.1.1	O Significado do Trabalho .....	7
1.1.2	O papel do trabalho no contexto do Séc. XXI.....	8
1.1.3	Fatores psicossociais do trabalho .....	10
1.2	Ocupações Digitais: Definição, Crescimento e Atração.....	10
1.2.1	Ocupações Digitais: Definição e Exemplos .....	11
1.2.2	Crescimento do Mercado Digital.....	15
1.2.3	Desafios na persecução de uma Ocupação Digital.....	16
1.3	Prestígio Social .....	21
1.3.1	Definição de Prestígio Social .....	21
2.1	Objetivos e Abordagem metodológica .....	27
2.2	Técnicas e Instrumentos de recolha de dados.....	28
2.2.1	Questionário aos Diretores de Licenciatura.....	30
2.2.2	Questionário aos Estudantes .....	31
2.3	Procedimentos para a recolha e análise dos dados .....	32
2.3.1	Participantes e procedimentos de recolha de dados.....	32
2.3.2	Análise de dados .....	32
2.4	Amostra	33
	Capítulo III – Apresentação e Discussão dos resultados.....	36
3.1.	Conhecimento sobre ocupações digitais .....	37
3.2.	Perceção quanto ao prestígio das ocupações digitais.....	39
3.3.	Barreiras percecionadas à escolha de uma ocupação digital .....	44
3.4.	Interesse dos Estudantes em seguir Ocupações Digitais .....	48
	Capítulo IV – Conclusões.....	54
	Referências bibliográficas .....	59
	Apêndices	68

Apêndice I - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Assessoria e Tradução	69
Apêndice II - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação.....	70
Apêndice III - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Comércio Internacional	71
Apêndice IV - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Comunicação Empresarial	72
Apêndice V - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Contabilidade e Administração	73
Apêndice VI - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial .....	74
Apêndice VII - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Marketing .....	75
Apêndice VIII- Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Recursos Humanos	76
Apêndice IX - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Assessoria e Tradução	77
Apêndice X - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação.....	79
Apêndice XI - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Comércio Internacional	82
Apêndice XII - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Comunicação Empresarial	84
Apêndice XIII- Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Contabilidade e Administração	87
Apêndice XIV- Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial .....	90
Apêndice XV - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Marketing .....	93
Apêndice XVI- Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Recursos Humanos	96

Apêndice XVII - As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Comunicação Empresarial.....	99
Apêndice XVIII - As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Marketing	101
Apêndice XIX- As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Recursos Humanos	102
Apêndice XX - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução	103
Apêndice XXI- As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial	103
Apêndice XXII - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração	104
Apêndice XXIII - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Marketing	104
Apêndice XXIV - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Recursos Humanos	105

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 1</b> Síntese dos desafios na persecução de uma ocupação digital.....	20
<b>Tabela 2</b> Distribuição por género e faixa etária.....	34
<b>Tabela 3</b> Distribuição por ano e Licenciatura.....	35
<b>Tabela 4</b> As Licenciaturas do ISCAP incluídas na análise final .....	35
<b>Tabela 5</b> As ocupações digitais que são mais e menos conhecidas da Licenciatura de Assessoria e Tradução .....	37
<b>Tabela 6</b> As ocupações digitais que são mais e menos conhecidas da Licenciatura de Contabilidade e Administração .....	38
<b>Tabela 7</b> As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Assessoria e Tradução .....	40
<b>Tabela 8</b> As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Comunicação Empresarial.....	40
<b>Tabela 9</b> As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Contabilidade e Administração .....	42
<b>Tabela 10</b> As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Marketing .....	43
<b>Tabela 11</b> As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Recursos Humanos.....	44
<b>Tabela 12</b> Barreiras que limitam os estudantes das Licenciaturas no desempenho de ocupações digitais.....	47
<b>Tabela 13</b> Probabilidade dos estudantes das Licenciaturas desempenharem uma ocupação digital após concluírem os estudos.....	48
<b>Tabela 14</b> As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução .....	48
<b>Tabela 15</b> As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial.....	51
<b>Tabela 16</b> As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração.....	52
<b>Tabela 17</b> As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Marketing.....	52
<b>Tabela 18</b> As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Recursos Humanos .....	53

<b>Tabela 19</b> As ocupações digitais mais e menos conhecidas na Licenciatura de Comunicação Empresarial.....	99
<b>Tabela 20</b> As ocupações digitais mais e menos conhecidas da Licenciatura de Marketing .....	101
<b>Tabela 21</b> As ocupações digitais mais e menos conhecidas na Licenciatura de Recursos Humanos.....	102
<b>Tabela 22</b> As ocupações digitais que menos motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução .....	103
<b>Tabela 23</b> As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial.....	103
<b>Tabela 24</b> As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração.....	104
<b>Tabela 25</b> As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Marketing.....	104
<b>Tabela 26</b> As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Recursos Humanos	105

## **Lista de abreviaturas**

ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

ILO – *International Labor Organization*

OIT – Organização Internacional do Trabalho

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

CEO – *Chief Executive Officer*

OP - *Occupational Prestige*

## **CAPÍTULO - INTRODUÇÃO**

---

O tema de uma pesquisa é qualquer assunto que necessite de melhores definições, melhor precisão e clareza do que já existe sobre o mesmo (Cervo & Bervian, 2002, p.81). Assim, o tema escolhido como base da presente dissertação é a percepção dos estudantes do ensino superior sobre ocupações digitais, no que concerne o prestígio e o interesse em seguir ocupações do âmbito digital.

A presente dissertação baseia-se na pesquisa conduzida por Newlands & Lutz (2024) no artigo "*Mapping the Prestige and Social Value of Occupations in the Digital Economy*", que analisou as percepções de prestígio e valor social de 76 ocupações da economia digital no Reino Unido. O estudo original utilizou duas pesquisas, com mais de 2400 inquiridos, para compreender como diferentes ocupações são enquadradas em relação ao prestígio e ao valor social ocupacional.

A escolha deste artigo como base para a presente dissertação justifica-se pela sua abordagem inovadora e pelo foco na economia digital, um setor em constante crescimento e transformação. A pesquisa de Newlands & Lutz (2024) oferece um modelo empírico robusto para compreender como as ocupações são avaliadas socialmente, proporcionando um referencial sólido para a análise proposta neste trabalho.

No artigo de referência, as ocupações foram analisadas à luz de dois conceitos – o prestígio e o valor social ocupacional. Para a presente dissertação, apenas será considerado o prestígio. Determinou-se proceder desta forma, devido à proximidade conceptual do valor social ocupacional e do prestígio. Para que não existisse confusão entre os inquiridos, optou-se por analisar apenas o prestígio. Este modo de proceder também contribui para que o questionário seja mais sintetizado, o que se revela vantajoso no momento de preencher o questionário.

Para a seleção das ocupações analisadas nesta dissertação, adotou-se como critério as categorias ocupacionais e os resultados apresentados no estudo original. Optou-se por incluir ocupações que representassem diferentes níveis de prestígio, conforme identificados no artigo base, garantindo uma abordagem equilibrada e representativa. Além disso, considerou-se a relevância dessas ocupações para o contexto situacional da dissertação, isto é, as profissões selecionadas vão de encontro às licenciaturas lecionadas no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto e já foram selecionadas como ponto de partida para o estudo. Esta pré-seleção tem como objetivo possibilitar a

compreensão da relevância das ocupações digitais para os alunos das Licenciaturas do ISCAP.

A relação entre as ocupações selecionadas e as analisadas por Newlands & Lutz (2024) é direta, uma vez que este estudo procura expandir a discussão iniciada pelos autores, aplicando a suas descobertas a um diferente contexto e explorando possíveis variações nas percepções do prestígio. Dessa forma, a presente dissertação contribui para o avanço da literatura ao examinar como esse conceito se manifesta em diferentes realidades da economia digital.

O ponto de partida da investigação científica é a determinação do problema a investigar. O autor Bravo (1988, p.73) constata que “é evidente que ao empreender uma investigação, a operação primária e básica é decidir o que se vai investigar e que aspetos.” Se falta esta determinação não se pode falar da verdadeira investigação científica no sentido estrito. Esta exige, como elemento essencial, proceder de forma sistemática e metódica no estudo de um problema específico, previamente eleito. O problema de investigação a que a dissertação procura responder é: como os estudantes percecionam o prestígio e qual o seu interesse pelas ocupações do âmbito digital.

Para a compreensão do problema em estudo foi definido o objetivo geral que, segundo os autores Lakatos & Marconi (1992), se refere a uma visão global e abrangente do tema da pesquisa, que está relacionado com o conteúdo intrínseco dos fenómenos, dos eventos ou das ideias estudadas. Os autores Cervo & Bervian (2002, p. 83) afirmam que, “o objetivo geral procura determinar com clareza e objetividade, o propósito do indivíduo com a realização da pesquisa.” Os objetivos específicos representam a divisão desse propósito mais abrangente em partes mais operacionais e que, no seu conjunto, ajudam a atingir o objetivo geral. O Objetivo geral desta investigação é conhecer a perspetiva dos estudantes do ISCAP sobre as ocupações digitais. No seguimento do principal objetivo, estão os objetivos específicos que incluem:

- Verificar o conhecimento sobre ocupações digitais;
- Compreender a percepção dos estudantes quanto ao prestígio das ocupações digitais;
- Explorar as barreiras percecionadas que colocam entraves à escolha de ocupações digitais;
- Analisar o interesse dos estudantes em seguir ocupações digitais.

Para alcançar os objetivos definidos, realizar-se-á um estudo exploratório, que permite obter uma compreensão inicial e mais aprofundada das ocupações digitais a partir da perspetiva dos estudantes do ensino superior.

A próxima secção descreve os procedimentos adotados para a recolha e análise dos dados, detalhando o tipo de estudo, os instrumentos utilizados e os critérios para a seleção dos participantes. Assim sendo, a amostra será composta por estudantes do ensino superior, mais especificamente, do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP), divididos pelas 8 Licenciaturas do ISCAP, bem como os respetivos Diretores das mesmas, que irão numa fase inicial identificar profissões digitais a serem incluídas no estudo. A amostra incluirá 214 estudantes e 8 Diretores de curso, que estão relacionados com as respetivas esferas de conhecimento. A seleção das principais ocupações a serem incluídas na dissertação foi orientada pela categorização proposta no estudo de Newlands & Lutz (2024), que abrange nove categorias distintas. Após a criação da lista inicial de ocupações, a mesma será ajustada com base em questionários aplicados aos Professores. Após ser definida a lista final de ocupações digitais, conjugando aquelas que melhor se adaptam aos estudantes do Instituto de Ensino, ser-lhes-á aplicado um questionário online, que inclui:

- Perguntas de escolha múltipla;
- Escalas de *Likert*;
- Perguntas de resposta aberta.

A análise de dados será realizada com base no uso de estatística descritiva e inferencial para proceder à análise dos resultados quantitativos oriundos dos questionários aplicados, além de uma análise qualitativa para interpretar as respostas abertas.

Esta dissertação encontra-se dividida em 4 capítulos. O primeiro capítulo diz respeito à revisão da literatura, onde são discutidos os principais temas que sustentam a fundamentação teórica do estudo. Com diferentes perspetivas de variados autores é possível elaborar temas relacionados com o trabalho, as ocupações digitais e a conceção de prestígio – conceito chave para a presente dissertação. O segundo capítulo é atribuído à metodologia, onde é descrito o tipo de pesquisa, sendo ela quantitativa, qualitativa ou mista, os instrumentos de recolha de dados, tais como o questionário, a amostra e os participantes e os procedimentos de análise de dados. O terceiro capítulo, apresenta os resultados que decorrem dos procedimentos de análise de dados e discute-os em relação

ao que é reportado pela literatura. Por último, na conclusão, são sintetizados os principais resultados obtidos com o estudo, é apresentada a resposta à questão de investigação e são expostas as principais implicações práticas e académicas que derivam do estudo, bem como as suas limitações. Por fim, encerra com sugestões para investigações futuras.

## **CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

---

## **1.1 Introdução ao Trabalho na Sociedade Contemporânea**

As constantes transformações das últimas décadas no mundo laboral, nas condições de trabalho e na vida pessoal, são resultado da globalização e do desenvolvimento das tecnologias de (Ramos et al., 1996). Todas estas alterações têm impacto nas condições inerentes à realização do trabalho e, conseqüentemente, nos significados atribuídos ao trabalho e ao emprego (Leitão et al., 2008). O trabalho é considerado fundamental nos dias de hoje, e representa um dos aspetos mais importantes da vida pessoal, grupo, organizacional e social dos indivíduos (Salanova et al., 1996). O papel do trabalhador permite que estes atribuam um significado à sua vida, tenham um estatuto social, possam formar e desenvolver uma identidade, desenvolvam e promovam a sua realização pessoal, entre outros aspetos positivos relacionados com o trabalho.

Posto isto, este capítulo propõe uma abordagem estruturada em três partes, sendo estas: “O significado do trabalho”, que discute a sua evolução conceptual; “O papel do trabalho no contexto do século XXI”, que analisa os desafios e oportunidades decorrentes das transformações que a sociedade vive atualmente; e “Fatores psicossociais do trabalho”, que reflete sobre os impactos subjetivos e relacionais associados à vivência laboral.

Esta capítulo pretende dar uma visão integrada sobre a relevância do trabalho na atualidade, considerando tanto o seu carácter produtivo, como toda a sua dimensão psicossocial na vida do indivíduo.

### **1.1.1 O Significado do Trabalho**

Etimologicamente, a palavra trabalho, deriva do latim *tripalium*, termo utilizado para designar um instrumento de tortura, caracterizado por ser feito de três paus aguçados, algumas vezes ainda munidos de pontas de ferro, nas quais os agricultores bateriam o trigo, as espigas de milho, o linho, para rasgá-los e esfiapá-los (Albornoz, 1994).

São várias as definições que podemos atribuir à palavra trabalho, pelo que Freire (2001) afirma mesmo que a “noção de trabalho está longe de ser rigorosa e inquestionável”. O trabalho pode ser entendido, estritamente, como esforço físico ou mecânico, como energia despendida por seres humanos, animais, máquinas ou mesmo objetos movidos por força da inércia (Liedke, 1997).

O trabalho é um constructo psicossocial, considerando este como um conjunto de atividades humanas, de carácter produtivo e criativo, que mediante o uso de técnicas,

instrumentos, materiais ou informações disponíveis, permite obter, produzir ou prestar certos bens, produtos ou serviços. Pelo desempenho dessa atividade a pessoa adquire habilidades, conhecimentos e outros recursos e obtém algum tipo de contrapartida material, psicológica e/ou social (Salanova et al., 1996). O trabalho assume três funções básicas: uma função econômica, uma função social que permite o reconhecimento social, status e prestígio e fonte de satisfação das necessidades de convivência e interações e uma função psicológica enquanto fonte de identidade, autoestima e realização (Sverko & Vizek-Vidovic, 1995).

### **1.1.2 O papel do trabalho no contexto do Séc. XXI**

Até à época do renascimento, o trabalho era visto como um ato penoso, diretamente associado a fardo e sacrifício. “A partir do século XIV, o trabalho constitui-se como uma fonte de identidade e autorrealização humana” (Albornoz, 1994, p.59). O papel do trabalho na vida dos indivíduos é subjetivo às diferentes vivências, que ao longo do tempo se foram traduzindo em duas perspectivas distintas. O trabalho visto como algo penoso, que representa carga, fardo e algo esgotante para quem o realiza e o trabalho na sua dimensão positiva, como algo gratificante, que contribuiu para a realização e crescimento pessoal, possibilita o homem de se construir a si mesmo e de marcar a sua existência no mundo (Albornoz, 1994).

Atualmente, o trabalho deixa de obedecer às leis implacáveis da produção-consumo, em que se produzia para atender diretamente às necessidades do consumidor, para uma tendencial submissão às exigências da competitividade, onde a prioridade passa a ser a eficiência, a inovação e a concorrência no mercado global (Cooper et al., 1998). O ideal do trabalho/emprego estável está ultrapassado no século XX, indiciando para o futuro o contrário da concepção humanista, que prioriza a dignidade, o bem-estar e a segurança do trabalhador. Consequência desta tendência, surgem índices objetivos que apontam para a insatisfação profissional, elevados níveis de absentismo, aumento do divórcio e de famílias monoparentais resultado do excesso de horas dedicadas ao trabalho, stress laboral, aumento do consumo de antidepressivos e outras substâncias (Lima Santos, 2000). Estas mudanças propiciam que cada vez mais pessoas desenvolvam o seu trabalho-atividade em não locais de trabalho, podendo estes ser “espaços votados à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero, espaços onde se acumulam solidões e itinerários individuais” (Aguiar Coelho & Lima Santos, N, 1999). Nestas últimas décadas

o trabalho transforma-se numa fonte de mau estar, insatisfação, desequilíbrio emocional, doença e declínio da vida pessoal, familiar e social.

No Século XXI, as alterações consistem na redução dos trabalhadores nas empresas, para a realização do triplo do trabalho e para auferir o dobro do salário. (Handy, 1989). As mudanças e desenvolvimentos alteraram o trabalho em quatro parâmetros: Número e localização dos postos de trabalho; Exigências de qualificação; Risco e condições de trabalho; Modos de gestão dos indivíduos e do trabalho. As organizações modernas caracterizam-se pela flexibilidade e pela ênfase nos serviços, são mais pequenas e com menos trabalhadores permanentes (Lima Santos, 2000). Os colaboradores são mais qualificados, mais jovens e os seus salários estão dependentes do valor do mercado, das suas competências e conhecimentos (Sommo & Campani, 2001). A nova dinâmica empresarial é influenciada pela crescente exigência dos consumidores, o que leva as organizações a preferir trabalhadores criativos, flexíveis, recetivos à aprendizagem contínua, com elevadas aptidões e relacionamento interpessoal, boa capacidade de adaptação e disponibilidade de horário (Cascio, 1995). O mesmo autor refere que estas transformações conduzem ao desaparecimento do conceito de trabalho como um conjunto fixo de tarefas. O emprego deixa de ser uma realidade estável, tanto do ponto de vista social, quanto como uma atividade conceptualmente fixa.

Em várias economias avançadas, a incidência de emprego remunerado e assalariado tem apresentado uma tendência de queda, afastando-se, portanto, dos padrões históricos. Por outro lado, o trabalho por conta própria e outras formas de emprego fora do escopo do acordo tradicional empregador-empregado estão em ascensão (Organização Internacional do Trabalho, 2015).

Consequência do padrão profissional observado, o conceito de emprego pode ser substituído pelo conceito de empregabilidade, que, conforme indica Minarelli (1995), este implica a adequação do profissional às novas necessidades e dinâmica dos novos mercados de trabalho. Com o crescimento das novas tecnologias, globalização da produção, abertura das economias, internacionalização do capital e as constantes mudanças que se fazem sentir nas organizações, surge a necessidade de adaptação por parte dos empregadores e empregados. É muito mais que a capacidade do profissional estar empregado, é a capacidade de o indivíduo ter a sua carreira protegida dos riscos inerentes do mercado de trabalho.

### **1.1.3 Fatores psicossociais do trabalho**

Os fatores psicossociais, revelam a sua importância na influência no trabalho e deitam por terra os pressupostos da organização científica do trabalho, ao salientar a importância do grupo no desempenho individual, “O trabalho não é individual e isolado, mas coletivo e cooperativo, pois os indivíduos são eminentemente seres sociais” (Mayo, 1968).

A avaliação daquilo que o trabalho ou a organização representa, nos seus diversos momentos ou contextos, é reflexo e atribuição subjetiva de cada trabalhador. Neste sentido, o sujeito enquanto organizador primordial das suas representações e atribuições laborais constitui-se como a unidade de análise por excelência, que retira do clima organizacional a compreensão do trabalho e das suas relações sociais (Lobo, 2003).

Existem onze funções psicossociais do trabalho. A função integrativa, que o trabalho cumpre enquanto fonte que pode dar sentido à vida e que pode permitir a realização pessoal através do seu desempenho. Tem a função de proporcionar status e prestígio social, enquanto fonte de autorrespeito e reconhecimento e respeito pelos outros. O trabalho enquanto fonte de identidade pessoal, no sentido em que o trabalho é uma das maiores áreas de desenvolvimento e formação da nossa própria identidades. O trabalho tem igualmente uma função económica, com um duplo sentido. Por um lado, permite manter um mínimo para a sobrevivência, por outro, possibilita a obtenção de bens de consumo. O trabalho a troco de dinheiro permite independência económica, autonomia e gestão de atividades de lazer e de divertimento. O trabalho deve construir-se como sendo uma fonte de oportunidades e contactos sociais, isto porque no local de trabalho estabelecem-se relações sociais de amizade com muitas pessoas que não seria possível no contexto familiar. O trabalho desempenha também uma função de estruturar o tempo, permite definir o dia, as semanas, os meses, o tempo livre para atividades de lazer ou o período de férias. Por último, cumpre a função de manter o indivíduo circunscrito a uma atividade, que se traduz num dever para com a sociedade ou enquanto função de servir a sociedade (Salanova et al., 1996).

## **1.2 Ocupações Digitais: Definição, Crescimento e Atração**

O autor Schwab (2017) abordou o conceito de quarta revolução industrial, também denominada de revolução digital. A economia digital, caracterizada pelo desenvolvimento de novas tecnologias digitais que permitem a otimização de processos

que anteriormente seriam efetuados de forma mecânica. Esta nova fase da economia apresenta mudanças significativas na forma como o valor económico, político e social é criado, comercializado e distribuído (Schwab, 2017). O impacto das novas tecnologias é visto como motor de transformação relevante para todas as indústrias e para a sociedade, tendo uma influência crescente no comportamento e desenvolvimento humano, no que respeita a normas sociais, políticas nacionais adotadas e relações internacionais entre países (Philbeck & Davis, 2018).

Este capítulo está estruturado em três partes que, em conjunto, exploram o universo das ocupações digitais. Inicialmente, apresenta-se a definição deste conceito e introduzem-se exemplos de ocupações relevantes na atualidade. Em seguida, analisa-se o crescimento deste nicho de mercado, tanto a nível global, como nacional. Por fim, discutem-se os principais desafios enfrentados por aqueles que desejam ingressar e prosperar neste campo profissional.

Este capítulo tem como objetivo aumentar o nível de compreensão dos indivíduos à cerca de um tópico emergente, cuja popularidade tem vindo a crescer consideravelmente. O presente capítulo pode auxiliar os seus leitores em matéria de orientação profissional ou no âmbito de estudos académicos. Por experiência prática, pode-se tornar complicado encontrar informações variadas e consolidadas sobre o tópico, por isso a partir deste estudo é possível obter acesso a um conjunto de informações relevantes que facilitam a exploração e o aprofundamento da área.

### **1.2.1 Ocupações Digitais: Definição e Exemplos**

Antes de abordar o conceito de ocupações digitais, é fundamental compreender o conceito de ocupação. Ocupação refere-se ao tipo de trabalho realizado num emprego. O conceito de ocupação é definido como um “conjunto de empregos cujas principais tarefas e deveres se caracterizam por um alto grau de similaridade.” Uma pessoa pode estar associada a uma ocupação através do principal emprego atualmente exercido, de um segundo emprego, de um emprego futuro ou de um emprego exercido anteriormente (International Labour Office, 2012).

A Quarta Revolução Industrial, também conhecida como Indústria 4.0, é considerada por muitos como a tendência tecnológica, social e económica mais importante do mundo. O progresso tecnológico avança a uma velocidade exponencial, levando a mudanças fundamentais na natureza do trabalho, das relações comerciais e da economia nas

próximas décadas. Essas transformações podem resultar na dissolução de indústrias e empresas, eliminando milhares de empregos e modificando ou extinguindo muitas ocupações atuais (Hirschi, 2018; Lent, 2018). No entanto, para compensar a dissolução de determinadas ocupações, novas profissões, indústrias e formas de trabalho surgirão. A globalização tecnológica digital já estimulou o crescimento de ocupações alternativas e empregos fora do padrão tradicional, como é o caso das novas ocupações digitais (Lent, 2018).

Este contexto de mudanças rápidas e estruturais permite que as pessoas não apenas interajam e criem relações sociais e económicas, mas também impulsionem o empreendedorismo digital. (Santos, 2018). Exemplo disso, são as incubadoras e *start-ups* digitais, que facilitam a criação de novos negócios. Além disso, os autores Morgan & Cole (2019) destacam indústrias emergentes, como por exemplo, os *eSports* e o *iGaming*, que estão a possibilitar novas oportunidades de trabalho a partir de plataformas digitais. Empresas online, como Uber e Airbnb, também redefinem o conceito de trabalho, permitindo que os trabalhadores ofereçam serviços diretamente aos consumidores. Adicionalmente, existem as redes sociais que possibilitam que profissionais colaborem simultaneamente com várias marcas e plataformas.

A economia digital é difícil de definir, dado que a digitalização já está presente em quase todos os setores económicos (Charles et al., 2022). De forma geral, engloba todas as atividades que dependem ou são aprimoradas pelo uso de tecnologias digitais, infraestrutura digital, serviços digitais e dados (Charles et al., 2022). A digitalização do mercado de trabalho abrange tanto a implementação de softwares digitais em empregos tradicionais quanto a criação de novos empregos inteiramente digitais. O mesmo autor categoriza os empregos digitais em diferentes tipos, tais como:

- Serviços logísticos por pedido, como Uber e Glovo;
- Plataformas de microtrabalho, como a Amazon Mechanical Turk;
- Transações de dados a partir de redes sociais;
- Portais de comércio eletrónico para consumo rápido.

As tendências tecnológicas desempenharão um papel fundamental na economia do futuro. Conceitos como *Machine Learning*, Realidade Aumentada, Realidade Virtual, Impressão

3D, Automação Robótica de Processos, Computação Quântica, *Blockchain*, Internet das Coisas, 5G e Segurança Cibernética terão cada vez mais impacto.

No relatório *The Rise of Global Digital Jobs* do *World Economic Forum* (2024), está representado como o uso de determinadas tecnologias auxilia na quebra de barreiras geográficas, criando, assim, um ambiente de trabalho flexível e interconectado, que contribui para o aumento da produtividade em locais remotos. O uso de ferramentas de comunicação, como videoconferência e plataformas de mensagem, promovem a colaboração eficaz e a conectividade entre membros da equipa, independentemente da distância física. O recurso à *cloud*, contribui para o trabalho remoto ao fornecer fácil acesso a documentos e recursos partilhados. Isso garante que os funcionários possam colaborar em projetos e aceder a informações de qualquer local com conexão à internet. Tecnologias como ferramentas de recolha e tratamento de dados permitem uma colaboração eficiente e contínua entre diferentes regiões geográficas. O que permite que trabalhadores colaborem sem necessidade de proximidade física. Outras ferramentas, como linguagens de programação capacitam indivíduos a codificar, desenvolver e solucionar problemas remotamente. Estas ferramentas têm um papel chave no desempenho das principais funções dos trabalhadores digitais, cujo trabalho tem de ser desenvolvido sem qualquer tipo impedimento, como possíveis barreiras geográficas (World Economic Forum, 2024).

No mesmo relatório, são destacados diferentes tipos de emprego, que podem ser desenvolvidos de forma remota, assim como a respetiva previsão de procura sobre esse âmbito de funções e enquadramento no devido nível salarial (World Economic Forum, 2024).

Os profissionais de tecnologias de informação estão entre os cargos de crescimento mais rápido, à medida que as empresas procuram tirar partido dos avanços tecnológicos. O relatório *Pushing Through Undercurrents* do *World Economic Forum* (2023) identifica a falta de talentos em tecnologia como uma das maiores ameaças ao sistema financeiro. Dessa forma, ampliar o acesso a empregos de especialistas em redes de computadores e cibersegurança pode trazer benefícios tanto para a criação de empregos quanto para a resiliência do setor. Os cargos deste setor são geralmente bem remunerados e estão em crescimento, o que é visto como uma oportunidade para o talento (World Economic Forum, 2023b).

As ocupações na área de gestão de risco também se destacam como funções de crescimento com salários relativamente altos (World Economic Forum, 2024). Com o impacto das mudanças climáticas, os confrontos geoeconômicos, a migração involuntária e as ameaças cibernéticas, a procura por profissões, como especialista de risco financeiro ou analista de segurança da informação, que são responsáveis pela gestão de situações de risco, irá permanecer alta, tal como é identificado no relatório *Global Risks Report* do World Economic Forum (2023a).

As ocupações em marketing, publicidade e comunicação são os mais comuns na categoria de salário médio dentro dos empregos potenciais da força de trabalho digital global. Este grupo inclui analistas de pesquisa de mercado, especialistas em marketing, especialistas em relações públicas e designers gráficos. Por um lado, os gestores de marketing estão na categoria de salários altos, enquanto os *telemarketers* geralmente auferem salários mais baixos (World Economic Forum, 2024).

As ocupações relacionadas com as áreas de contabilidade, direito e finanças são ocupações que apresentam oportunidades mistas, visto que funções como contabilidade básica e outras posições administrativas costumam ter salários mais baixos e estão em declínio. Enquanto isso, muitos profissionais de contabilidade, direito e finanças são bem remunerados, e, em particular, as funções na área financeira, como por exemplo, especialista financeiro, devem crescer nos próximos anos (World Economic Forum, 2024)

Os representantes de atendimento ao cliente são os cargos mais comuns na força de trabalho digital, sendo caracterizados pelo baixo salário. No entanto, esses cargos devem diminuir. Para as funções mais especializadas que permanecerem, especialmente aquelas aprimoradas e complementadas pela IA, há uma oportunidade de evolução para salários mais altos (World Economic Forum, 2024).

A incerteza sobre o futuro profissional é uma preocupação relevante. Os alunos nunca poderão prever com exatidão o rumo das suas carreiras. Contudo, podem preparar-se para essas mudanças e evitar escolher trajetórias profissionais que se tornem obsoletas. As profissões são fortemente influenciadas pelas mudanças e evoluções que ocorrem no mundo e, se fizermos uma retrospectiva, podemos constatar que existem, atualmente, profissões que estão na iminência de se tornarem obsoletas, sendo substituídas pela tecnologia, como é o caso, por exemplo, dos operadores de caixa dos supermercados e

dos portageiros nas autoestradas. A escolha da profissão adequada é crucial, especialmente num contexto de transformação constante. Os jovens devem priorizar carreiras que ofereçam flexibilidade, elevada procura, segurança e potencial de crescimento (KA, 2023).

### **1.2.2 Crescimento do Mercado Digital**

Atualmente, existem cerca de 73 milhões de pessoas a trabalhar em empregos digitais de um total de uma força de trabalho estimada em 820 milhões de indivíduos representada na estatística de ocupação de trabalho da Organização Internacional de Trabalho (OIT). Em 2030, é expectável que este número aumente para 92 milhões (World Economic Forum, 2024).

Segundo o estudo “*Realizing 2030: A Divided Vision of the Future*”, realizado pela *Dell Technologies* (2018) em colaboração com o *Institute For The Future*, estima-se que 85% das profissões que existirão em 2030, ainda não existem. Esta declaração é uma advertência para as contantes mudanças, que para uns poderá ser uma janela de oportunidade e para outros uma real dificuldade de adaptação.

Mais de metade das oportunidades de emprego estimadas em Portugal para a próxima década, requerendo altas qualificações, estarão em quatro grandes grupos profissionais, fortemente intensivos em conhecimento, sendo eles: Especialistas em Funções de Suporte aos Negócios e Atividades dos Serviços às empresas, nomeadamente em finanças, administração, comerciais, assuntos jurídicos, sociais e culturais e Especialistas em Tecnologias de Informação e Comunicação; Profissionais de saúde; Especialistas em Ciência e Engenharias; Gestores em Atividades de serviços, incluindo serviços especializados, hotelaria, restauração, comércio e outras atividades de Serviços (Valente, 2014). O avanço rápido das tecnologias de informação e comunicação, tais como, soluções móveis e sociais, computação em nuvem e análise de dados, e as suas inúmeras aplicações, abrem novas perspetivas de negócio e de criação de novas profissões, que incluem Especialistas em *Big data* e *Cloud Computing*, Empreendedores Digitais, Especialistas em Análise de Negócios e Integração de Sistemas de Informação e Comunicação, Empresários e Gestores com competências de “*E-Business*” e “*E-Leadership*”, necessárias para a exploração de oportunidades estratégicas criadas pelas próprias TIC, vão ser tendencialmente mais procurados (Valente, 2014).

As funções com maior crescimento projetado até 2030, em termos percentuais, incluem, por exemplo, Especialista em *Big Data*, com um aumento estimado de 110% Engenheiros de *FinTech*, com crescimento de 95%, Especialistas em Inteligência artificial e Aprendizado de Máquina, com uma percentagem de 81% e Desenvolvedores de Software e Aplicações, cujo crescimento projetado é de 58% (World Economic Forum, 2025).

### **1.2.3 Desafios na persecução de uma Ocupação Digital**

#### **1.2.3.1 Insegurança na Proteção Intelectual, da privacidade e dos dados pessoais**

Na obra “Estudos de Direito de Trabalho”, é alertado para a insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais, que ficam em risco, devido à presença universal da internet, e realçado a consequente importância dos trabalhadores digitais entenderem os seus direitos e deveres, sendo crucial perceber de que forma a legislação portuguesa lhes proporciona proteção jurídica e como estes podem salvaguardar a sua vida pessoal, sem comprometer a vida profissional (Moreira, 2016). O direito a privacidade e os dados pessoais encontra-se, cada vez mais, sujeitos a maiores riscos de violação pela quantidade de informação e dados pessoais acumulados no ciberespaço. Na atual era digital, a violação do direito à privacidade assume várias formas, desde violação de e-mails particulares, de dados pessoais sobre a conta bancária, de dados pessoais sobre as convicções política e religiosa, de ficheiros guardados nos arquivos eletrónicos, do controlo das compras efetuadas através do cartão de multibanco, da facilidade de obter dados pessoais através da navegação na internet, entre outras formas de violação do direito à privacidade (Moreira, 2016). O mundo digital é um dos locais mais procurados para as intromissões na privacidade, em que existe uma espécie de show do eu, onde são as próprias pessoas a exporem as suas vidas privadas através das redes sociais (Facebook, Youtube, Twitter...), exibindo elas mesmas o trabalho, a casa e a sua intimidade amorosa (Correia, 2016). A utilização generalizada das redes sociais tem constituído um risco para os direitos fundamentais e proteção de dados pessoais, bem como da reserva da intimidade da vida privada (Correia, 2016).

#### **1.2.3.2 Transparência na Recolha e Tratamento dos dados**

Outra das questões que se levanta para os trabalhadores digitais é a existência ou não de transparência na recolha e tratamento dos seus dados. Um estudo revelou que a maioria dos trabalhadores digitais que operam sobre sistemas algorítmicos não tem confiança de que compreendem o processo de recolha de dados e como esses dados serão usados para

avaliar seu desempenho. Apesar do evidente crescimento no uso de tecnologias e das inúmeras influências positivas no meio ambiente do trabalho e na sociedade, em geral, muitas são as questões que se põem diante da facilidade do acesso à informação dos trabalhadores e da atividade exclusiva dos algoritmos. Colocam-se, como exemplos, a dificuldade em garantir que o algoritmo seja justo, já que a subjetividade do seu criador pode ser passada para o algoritmo. A falta de transparência no processo automatizado e a exposição do trabalhador a novas formas de violação de direitos, evidencia a vulnerabilidade dos dados (Martins, 2024). A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) assegura que “as organizações e os indivíduos recorrem crescentemente a serviços de armazenamento de dados baseados em nuvem de terceiros que podem estar localizados fora do seu país”, sendo que “o software de processamento de dados e analítico também se tornou cada vez mais poderoso, sofisticado, omnipresente e barato, tornando as informações facilmente pesquisáveis, conectáveis e rastreáveis”, o que “significa que os dados pessoais são mais valiosos e mais propensos a usos imprevistos, aumentando o incentivo para coletá-los e armazená-los” (OCDE, 2020)

### **1.2.3.3 Distribuição limitada ou injusta de recursos**

Outro dos problemas comuns entre trabalhadores digitais em plataformas é a distribuição limitada ou injusta de recursos. A proteção social destinada a trabalhadores de plataformas digitais é baixa: apenas seis em cada dez inquiridos em 2017 estavam cobertos por um seguro de saúde e apenas 35% tinham um plano de pensão ou reforma. Na maioria dos casos, essa cobertura provinha de um emprego principal, fora da Internet, os benefícios sociais estavam baseados na relação de emprego de membros da sua família ou de prestações financeiras concedidas pelo Estado (Organização Internacional do Trabalho, 2020). Muitas vezes, as plataformas digitais tentam recrutar trabalhadores prometendo independência e flexibilidade em relação à quantidade, ao horário e ao local de trabalho. No entanto, ao classificarem os trabalhadores como prestadores de serviços independentes, as plataformas estão a tentar subtrair-se a qualquer responsabilidade legal e social em relação aos mesmos, nomeadamente em matéria de salários mínimos (Johnston & Land-Kazlauskas, 2018). Os trabalhadores da plataforma Amazon Mechanical Turk, por exemplo, sendo contratados como prestadores de serviços independentes, não têm direito a qualquer benefício que possa ser concedido a um trabalhador por conta de outrem, como subsídios de férias, licenças por doença e planos

de seguros. Com essa prática, as plataformas tentam subtrair-se à responsabilidade de assegurar as proteções habitualmente previstas na legislação laboral ou nos acordos coletivos de trabalho, incluindo o acesso a prestações sociais. Os rendimentos do trabalho nas plataformas digitais são frequentemente inferiores ao salário mínimo, os trabalhadores têm de gerir fluxos de rendimento imprevisíveis e não beneficiam da proteção laboral típica de uma relação de emprego. (Organização Internacional do Trabalho, 2020)

#### **1.2.3.4 Encerramento injustificado da sua conta pessoal**

Outro dos desafios é o encerramento injustificado das suas contas pessoais, sustentado pelo facto de que após a sua conta ser aceite, o trabalhador está obrigado a manter as condições de elegibilidade e o estado da conta. No entanto, tal como acontece com o processo inicial de aprovação da conta, as condições de algumas plataformas referem que os operadores da plataforma podem encerrar ou eliminar a conta de um utilizador a qualquer momento. Em caso de encerramento, essas condições geralmente estabelecem que os trabalhadores não têm o direito de aceder à plataforma (Organização Internacional do Trabalho, 2020).

#### **1.2.3.5 Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal**

O trabalho online fez desmoronar a separação entre o tempo de vida no trabalho e fora dele, o que nos faz presenciar o crescimento exponencial de uma era de escravidão digital. (Antunes, 2018). Na empresa moderna, os empregadores exigem uma jornada de trabalho sem tempo preestabelecido, sem remuneração fixa, sem atividade pré-determinada, sem direitos, nem sequer o direito de organização sindical. O sistema de metas, inclusive, é flexível, o que significa que a meta é superar sempre aquelas obtidas anteriormente (Antunes, 2018). Com o crescimento da tecnologia, e as possibilidades encontradas nas redes sociais de influenciar e ser influenciado, esse espaço tornou-se favorável ao aparecimento de um novo mercado, trazendo diversas formas de comunicação e rentabilidade (Quirino & Pinheiro, 2017). Em contrapartida, Bernhard et al. (2014) alerta que a sua atividade pode ser destrutiva na carreira de um indivíduo, principalmente quando este partilha informações ofensivas ou inadequadas ou revela informações pessoais que possam ser prejudiciais na sua vida profissional. Com o uso das redes sociais, por vezes, os trabalhadores não conseguem manter a privacidade e acabam por diluir as “barreiras que mantêm entre diferentes aspetos das suas vidas”, o que,

consequentemente, provoca dificuldades na separação entre aquilo que é pessoal e aquilo que é profissional (Yokoyama & Sekiguchi, 2014).

#### **1.2.3.6. Baixas competências para desempenhar ocupações na área digital**

O último paradigma que irá ser abordado é a falta de competências para desempenhar ocupações na área digital. Tal como é afirmado por Forrier & Sels (2003), para assegurar um emprego e uma carreira de sucesso é fundamental ter e desenvolver certas competências que auxiliam um indivíduo a manter-se continuamente empregável, por conseguinte a adaptação dos colaboradores à transformação digital é um desafio para os próprios e para as organizações quando tentam adotar novas tecnologias (Tverdushka & Stoliaruk, 2020). Esta adaptação é especialmente difícil para os colaboradores com mais idade. A perceção que os indivíduos têm do impacto da tecnologia nas carreiras altera-se consoante a idade, as qualificações e as tarefas e funções que desempenham numa organização. Se por um lado os jovens, associados a uma utilização da tecnologia mais frequente, têm uma perceção mais positiva do impacto da tecnologia na sua carreira, faixas etárias de indivíduos com mais idade têm uma perceção menos positiva e sentem-se mais vulneráveis perante a digitalização (Soja & Soja, 2020). De acordo com os dados do Inquérito às Competências para Adultos, cerca de 55% dos adultos entre os 55 e os 65 anos carecem de competências básicas de TIC e apenas 10% dos adultos entre os 55 e os 65 anos são capazes de completar novas tarefas de TIC em várias etapas, em comparação com 42% dos adultos com idades compreendidas entre os 25 e os 54 anos (OCDE, 2016). Assim, a requalificação dos indivíduos, com foco na aprendizagem e formação, é imposta, visto que as competências exigidas no mercado de trabalho têm vindo a alterar (Baethge-Kinsky, 2020; Rotatori et al., 2020). Evidentemente, isso implicará o desenvolvimento de competências, nomeadamente as relacionadas com a comunicação, o trabalho em equipa, a resolução de problemas, as competências digitais, para citar apenas algumas. Neste contexto, é também necessário entender se as instituições de ensino, que estão a preparar os futuros profissionais, estão prontas para mudar e/ou atualizar conteúdos e abordagens pedagógicas indispensáveis para preparar esses indivíduos.

**Tabela 1** Síntese dos desafios na persecução de uma ocupação digital

<b>Desafios</b>	<b>Autores</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Moreira (2016)</li><li>• Correia (2016, p. 87)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Transparência na recolha e tratamento dos seus dados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• OCDE (2020)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Distribuição limitada ou injusta de recursos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organização Internacional do Trabalho (2020)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Encerramento injustificado da sua conta pessoal</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Thomas et al. (2021)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificuldade em equilibrar a vida pessoal e profissional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Antunes (2018)</li><li>• Bernhard et al. (2014)</li><li>• Yokoyama &amp; Sekiguchi (2014)</li><li>• Quirino &amp; Pinheiro (2017)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Baixas competências para desempenhar ocupações na área digital</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• OCDE (2016)</li><li>• Baethge-Kinsky (2020);</li><li>• Rotatori et al., 2020)</li><li>• Soja &amp; Soja (2020)</li><li>• Tverdushka &amp; Stoliaruk (2020)</li><li>• Forrier &amp; Sels (2003)</li></ul>

### **1.3 Prestígio Social**

O prestígio social é um conceito fundamental para compreender como determinadas ocupações e trajetórias profissionais são valorizadas dentro de uma sociedade. Em contextos modernos, ele está frequentemente associado à posição ocupacional dos indivíduos, refletindo uma combinação de percepções individuais e julgamentos coletivos. O trabalho não só representa uma atividade necessária para o sustento, como também uma fonte de status, em que as pessoas passam a ser reconhecidas, dentre tantos aspetos, pelo salário que recebe e pela profissão que exerce. A forma como o trabalho é reconhecido socialmente influencia não apenas o status atribuído ao profissional, mas também aspetos mais amplos da identidade e integração social (Albornoz, 1994).

Este capítulo propõe-se a explorar o conceito de prestígio social com ênfase na sua dimensão ocupacional, articulando diferentes abordagens teóricas e autores que tratam do tema. Serão discutidas as formas como o prestígio se constrói, os fatores que o condicionam e sua relação com outros conceitos relevantes, como identificação profissional e valor social ocupacional.

#### **1.3.1 Definição de Prestígio Social**

Nas sociedades modernas, o prestígio é mais comumente baseado na ocupação (Chan & Goldthorpe, 2007). O prestígio ocupacional, é influenciado tanto pelos esforços e recursos individuais quanto pelas oportunidades e restrições estruturais (Kerckhoff, 1993; Sørensen, 1975). Dessa forma, representa uma hierarquia de posições individuais e reflete normas e valores compartilhados na sociedade (Wegener, 1992). O prestígio profissional é sugerido como parte do conceito mais geral de satisfação profissional (Lino, 2004).

Um dos aspetos que confere prestígio a uma ocupação é a posse de educação (Macdonald, 1995). O seu valor pode ser ainda mais elevado se a certificação for obtida em uma instituição altamente conceituada – como uma *Ivy League*, *Oxbridge* ou a grande *école*.

É relevante entender o conceito de identificação profissional, que é a percepção da vinculação pessoal a uma dada profissão, associada à percepção atual ou à perspectiva de satisfação pessoal no exercício das atividades da referida profissão. O autor Santos (1990), realçou a proximidade dos tópicos prestígio e identificação. Há uma forte aproximação da identificação com a ideia de prestígio, pois o aspeto principal do conceito de identidade é o reconhecimento que transcende das relações sociais, e não de uma

dimensão mais estritamente pessoal (Santos, 1990). O indivíduo define-se a partir de como se reconhece no desempenho de papéis sociais e de como é reconhecido pelos outros no meio social. Por outro lado, é possível entender que o prestígio esteja mais condicionado a um contexto externo e que a identificação é um conceito bem mais pessoal (Santos, 1990).

Paralelamente ao que foi referido anteriormente por (Salanova et al., 1996), uma das funções psicossociais do trabalho é a função de proporcionar status e prestígio social, enquanto fonte de autorrespeito e reconhecimento e respeito pelos outros.

Os membros leigos da sociedade avaliam as características das ocupações por vezes de forma superficial e improvisada. Clientes, pacientes e consumidores estão constantemente atentos ao desempenho dos profissionais em diversos aspetos: eles supervisionam, avaliam e julgam, criando assim uma fonte de opinião que serve de base para o status profissional e que, em certos momentos, pode se tornar crucial. De forma mais precisa e com consequências mais significativas, empregadores, agentes do Estado e outros órgãos profissionais analisam as reivindicações dos grupos ocupacionais e tomam decisões específicas que afetam o seu status profissional. Assim, a sociedade, de uma forma ou de outra, está continuamente envolvida na definição e avaliação dos traços profissionais e, além disso, do próprio poder profissional (Macdonald, 1995).

Enquanto o prestígio contempla a importância percebida ou interpretação feita acerca do trabalho, tanto do ponto de vista individual (como a própria pessoa vê o seu trabalho), quanto do ponto de vista de outros membros de um grupo social (Lino, 2004), o valor social ocupacional caracteriza-se pelas repercussões objetivas e concretas que as ações de determinado projeto profissional têm na sociedade (Macdonald, 1995). Ainda que aparentemente semelhantes, ambos os conceitos são distintos.

Na próxima secção, apresentar-se-ão os resultados do estudo de Newlands & Lutz (2024a) relativos ao prestígio ocupacional das profissões digitais. Pretende-se compreender não apenas como estas ocupações são percecionadas em termos de prestígio, mas também como se comparam com profissões não digitais consideradas equivalentes.

Os resultados relacionados à categoria “***Social Media***” revelaram-se inesperados, dado que ocupações como *YouTuber* ou *Blogger* de Moda são frequentemente percebidas como aspiracionais (Duffy, 2016; YouGov, 2021). Nesse sentido, surpreende a baixa pontuação de prestígio atribuída a essas profissões. Entre elas, o Criador de Conteúdo em Vídeo

Online destacou-se com o melhor desempenho, ainda que modesto. Comparando o *Blogger* de Culinária com o *Blogger* de Beleza, observa-se que o primeiro alcança um prestígio consideravelmente mais elevado, o que pode refletir percepções estereotipadas e de género. Dentre os três tipos de influenciadores analisados, o Influenciador de Moda nas Redes Sociais é o mais prestigiado, enquanto o Influenciador de Viagens obteve a pior avaliação — um resultado possivelmente influenciado pelo contexto da pesquisa, já que esse tipo de figura esteve negativamente exposto no Reino Unido durante os confinamentos da Covid-19. O Moderador de Conteúdo Online apresenta um valor social mais elevado do que seu prestígio ocupacional, contrastando com o Gestor de Comunidades em Redes Sociais, que, inversamente, apresenta de maior prestígio ocupacional do que valor social. Esse resultado está em linha com a literatura sobre moderação de conteúdo, que destaca o carácter essencial, porém mal remunerado e desgastante, dessa função (Gillespie, 2020). Tanto o *Blogger* de Culinária quanto o *Blogger* de Beleza obtêm pontuações de prestígio ocupacional significativamente inferiores às de Jornalista e Jornalista Digital. O Criador de Conteúdo em Vídeo Online, embora inserido no mesmo grupo ocupacional que o Ator, é avaliado com prestígio mais baixo. Já o Gestor de Comunidades em Redes Sociais é visto como mais prestigiado do que sua contraparte não digital, o Operador de Atendimento ao Cliente. O mesmo se observa na comparação entre Apresentador de Podcast e Apresentador de *Talk Show*, sendo o primeiro menos prestigiado. Por fim, o Jogador Profissional de E-Sports, apesar de integrar o mesmo grupo ocupacional que o Futebolista e o Jogador Profissional de Poker, apresenta prestígio substancialmente inferior ao do Futebolista, mas superior ao do Jogador de Poker (Newlands & Lutz, 2024a).

Na categoria “*Fintech*”, observa-se uma diferença considerável entre o Negociador de Ações Online, o Negociador de Criptomoedas e o Minerador de Criptomoedas, sendo que a primeira ocupação apresenta um nível de prestígio ocupacional relativamente superior às demais. No entanto, quando comparado ao Corretor de Bolsa, o seu equivalente na economia não digital, o Negociante de Ações Online ainda é visto como tendo um prestígio ocupacional substancialmente mais baixo. De forma semelhante, também o Negociador de Criptomoedas é considerado significativamente menos prestigioso do que o Corretor de Bolsa. Por sua vez, também o Minerador de Criptomoedas é percebido como menos prestigioso quando equiparado ao seu equivalente na economia não digital - o Mineiro (Newlands & Lutz, 2024a).

Na categoria “*Data Entry, Validation and Trading*”, observa-se uma grande heterogeneidade, com destaque para o elevado prestígio ocupacional de Testador de Software e Formador de Inteligência Artificial. Por outro lado, as ocupações associadas à comercialização de dados apresentam prestígio relativamente baixo, embora o Corretor de Dados registre a melhor pontuação dentro desse grupo. Quando comparado com os seus equivalentes na economia não digital — como o Corretor de Bolsa e o Operador de Câmbio —, o Corretor de Dados apresenta um prestígio ocupacional inferior (Newlands & Lutz, 2024a).

Na categoria “*IT Professionals*”, os resultados de prestígio ocupacional são elevados, destacando-se a ocupação de *Chief Technology Officer* (CTO). Tanto CTO, como Encarregado de Proteção de Dados não têm equivalentes na economia não digital, o que impossibilita a comparação direta do seu nível de prestígio com ocupações tradicionais. No caso da ocupação de Especialista em Cibersegurança, Consultor de Inteligência Artificial e Consultor de Tecnologias de Informação, a ocupação mais comparável é a de Consultor de Gestão. Apenas Consultor de TI apresenta um nível de prestígio inferior a Consultor de Gestão. O Analista de *Think Tank* Tecnológico e o Lobbyista de Políticas Tecnológicas pertencem ao mesmo grupo ocupacional que o Assessor Político e o Analista de Políticas. Entre estas, o Analista de *Think Tank* Tecnológico regista o valor mais elevado de *OP*, enquanto o Lobbyista de Políticas Tecnológicas apresenta o segundo valor mais baixo. Já o Jurista em Proteção de Dados tem um prestígio significativamente inferior ao do Advogado. Da mesma forma, em comparação com o Curador de Museu, o Arquivista Digital apresenta um valor de prestígio mais baixo. Por fim, o Cientista de Dados apresenta um nível de prestígio ocupacional superior ao do Estatístico (Newlands & Lutz, 2024a).

Na categoria das ocupações de “*Digital and Marketing Sales*”, observa-se uma significativa variação no prestígio social atribuído às diferentes ocupações, especialmente entre as mais operacionais e orientadas para vendas, como Operador de *Chatbot*, e as de carácter mais estratégico e de gestão, como Gestor de Marketing Digital, que regista a pontuação de prestígio mais elevada. Esta categoria inclui ainda ocupações como Embaixador de Marca de Tecnologia, Analista de Marketing em Motores de Pesquisa, Gestor de Comércio Eletrónico, Gestor de Marketing de Redes Sociais, Profissional de Marketing por Email, Autor de Mensagens spam e Autor de Fraudes Digitais (Newlands & Lutz, 2024a)

Por último, na categoria das ocupações de “*Technology Entrepreneurship and Vendors*”, os valores de prestígio ocupacional são consideravelmente mais baixos para as ocupações mais orientadas para a vendas e dependentes de plataformas. Entre as ocupações incluídas na categoria, Fundador de Start-up Tecnológica é considerada mais prestigiante, seguido do Investidor em Start-ups Tecnológica que se estabelece como a segunda ocupação com maior prestígio ocupacional. Com base nos dados apresentados por Newlands & Lutz (2024), é possível comparar o prestígio de ocupações digitais com o de ocupações não digitais. Um exemplo disso é a ocupação de Anfitrião de Airbnb, que, pertence ao mesmo grupo ocupacional que o Responsável de Alojamento Local e apresenta valores mais baixos de prestígio. Um fenómeno semelhante observa-se na comparação entre o Fundador de Start-up Tecnológica, que obtém uma pontuação de prestígio ocupacional inferior ao *CEO*.



No artigo de Newlands & Lutz (2024), as profissões foram analisadas à luz de dois conceitos – o prestígio e o valor social ocupacional. Para a presente dissertação, apenas será considerado o prestígio. Determinou-se proceder desta forma, devido à proximidade conceptual do valor social ocupacional e do prestígio. Para que não existisse confusão entre os inquiridos, optou-se por analisar apenas o prestígio. Este modo de proceder também contribui para que o questionário seja mais sintetizado, o que se revela vantajoso no momento da obtenção de respostas dos participantes.

Como parte fundamental da pesquisa, a metodologia visa responder ao problema formulado e atingir os objetivos do estudo de forma eficaz, com o mínimo possível de interferência da subjetividade do investigador, recorrendo às regras da ciência para disciplinar, bem como para disponibilizar um fio condutor sobre os procedimentos a serem utilizados: método, técnicas de recolha de dados e instrumento (Selltiz et al., 1965). O método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento. Para que seja considerado conhecimento científico, é necessária a identificação dos passos para a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar ao conhecimento. Num sentido lato, o método diz respeito ao percurso ou ao conjunto de operações para se chegar a um determinado resultado em investigação (Selltiz et al., 1965). A técnica, refere-se ao procedimento para chegar a esse resultado, sendo que o método pode, inclusive, incorporar várias técnicas para alcançar o objetivo final da investigação. Assim sendo, as técnicas de recolha de dados são caracterizadas como procedimentos rigorosos e bem definidos, adaptados ao tipo de problema e aos fenómenos em estudo. O instrumento surge com o objeto tangível utilizado nas diversas técnicas (Selltiz et al., 1965). Neste capítulo, serão apresentados a abordagem metodológica utilizada (método), o instrumento de recolha de dados, os procedimentos escolhidos para essa recolha e também para a análise dos dados e a descrição da amostra que constitui o foco do estudo (Baptista & Sousa, 2011; Coutinho, 2011a; Gil, 1999; Pardal & Lopes, 2011).

## **2.1 Objetivos e Abordagem metodológica**

O objetivo geral desta investigação é **conhecer a perspetiva dos estudantes do ISCAP sobre ocupações digitais.**

No seguimento do objetivo principal estão os objetivos específicos:

- Verificar o conhecimento dos estudantes sobre ocupações digitais;

- Compreender a percepção dos estudantes quanto ao prestígio das ocupações digitais;
- Explorar as barreiras percebidas que colocam entraves à escolha de ocupações digitais;
- Analisar o interesse dos estudantes em seguir ocupações digitais.

Do ponto de vista metodológico, o estudo caracteriza-se como um estudo exploratório, cujo principal objetivo é familiarizar-se com um fenómeno a ser investigado, geralmente com recurso a uma amostra pequena (Theodorson & Theodorson, 1970). Os estudos exploratórios são realizados, tipicamente, por três propósitos: para satisfazer a curiosidade do investigador e o desejo por uma melhor compreensão do fenómeno; para testar a viabilidade de realizar um estudo mais extenso; para desenvolver métodos a serem utilizados num estudo mais extenso (Babbie, 1986). Pretende-se, neste caso, obter uma compreensão mais aprofundada das ocupações digitais através da perspetiva dos estudantes do ensino superior, tendo como amostra os alunos do 3º ano das Licenciaturas do ISCAP.

Ainda que seja mais comum o uso de uma abordagem qualitativa para este tipo de estudo, o presente estudo recorre a uma abordagem quantitativa, em que procura medir e analisar, de forma objetiva, as características e as tendências das variáveis investigadas através do uso de métodos estatísticos, o que assegura precisão na interpretação dos dados. Além disso, ao utilizar instrumentos padronizados e uma amostra representativa da população em estudo, neste contexto exploratório, os resultados obtidos podem ser traduzidos em informações relevantes sobre o tema em estudo.

## **2.2 Técnicas e Instrumentos de recolha de dados**

O inquérito constitui uma técnica de recolha de dados (Coutinho, 2011b; Morgado, 2013), tendo sido, em particular, a opção metodológica escolhida para esta dissertação. Dependendo do problema, do método, das questões e do objetivo de investigação, esta estratégia de recolha de dados visa, por meio de um conjunto sistematizado de questões, obter respostas de uma determinada população em estudo (Ghiglione & Matalon, 2001; Hill, 2014) sobre determinada realidade ou fenómeno social. O inquérito visa a obtenção de respostas dos participantes em estudo, podendo ser implementado com o recurso a entrevistas ou a questionários (Carmo & Ferreira, 2008; Ghiglione & Matalon, 2001). Neste contexto, e atendendo aos objetivos definidos para a presente dissertação, optou-se

pela utilização do inquérito por questionário como instrumento de recolha de dados, pois pretendemos inquirir um conjunto de indivíduos sobre uma determinada realidade com vista a caracterizar traços identificadores da população, com o objetivo de se proceder a inferências (Carmo & Ferreira, 2008; Coutinho, 2011b; Gonçalves, 2004), para obter dados comparáveis e passíveis de análises quantitativas, quando associado a um método de amostragem (Coutinho, 2011b; Dias, 1994; Tuckman, 2012). O questionário é um instrumento que possibilita atingir um grande número de pessoas. Uma das grandes vantagens da sua utilização reside no anonimato das respostas. Também é relevante a uniformidade das perguntas e possibilidades de respostas para todos os inquiridos (Gil, 2007; Richardson et al., 2007; Selltiz et al., 1972). O investigador deve consultar outros questionários que tratam de temas similares, aproveitando, assim, a experiência de outros (Freixo, 2011). Para esta dissertação foram desenvolvidos dois tipos de questionários, com âmbitos de aplicação distintos. O primeiro questionário, numa primeira fase, a ser aplicado aos Diretores de cada licenciatura do ISCAP (ver o Apêndice I a 0), e o segundo questionário, numa fase posterior, a ser aplicado aos estudantes de cada Licenciatura (ver o Apêndice IX a Apêndice XVI). Ambos os questionários têm por base o questionário e resultados do estudo de Newlands & Lutz (2024).

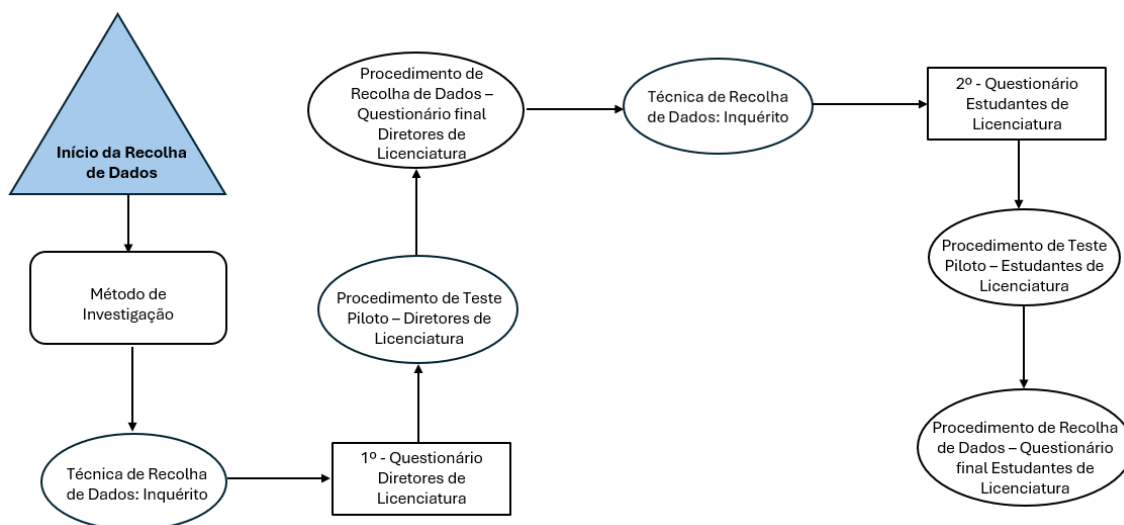
O teste piloto é a etapa em que o investigador interage diretamente com a sua pesquisa, ao experienciar a recolha de dados com a amostra, sendo um processo dinâmico de interação e de melhoria numa miniversão do estudo completo (Canhota, 2008). O teste piloto auxilia no aprimoramento dos planos para a recolha de dados, tanto em relação ao conteúdo dos dados quanto aos procedimentos que devem ser seguidos (Yin, 2005). Este procedimento tem como objetivo avaliar e testar a consistência do instrumento utilizado (Canhota, 2008).

Para assegurar a correta aplicação do questionário aos Diretores das Licenciaturas, foi elaborado um teste piloto. Desta forma, o inquirido, pôde avaliar criticamente o instrumento de recolha de dados antes da sua aplicação generalizada.

A mesma abordagem foi adotada para o questionário destinado aos estudantes. Inicialmente, o mesmo foi aplicado a um grupo de alunos com características semelhantes às da amostra, que analisaram criticamente o instrumento.

Abaixo, na **Erro! A origem da referência não foi encontrada.**, encontra-se representado um esquema dos procedimentos de recolha de dados.

**Figura 1** Esquema dos procedimentos de recolha de dados



### 2.2.1 Questionário aos Diretores de Licenciatura

Foram desenvolvidos oito questionários distintos, direcionados a cada um dos Diretores das 8 Licenciaturas do ISCAP. Os questionários foram elaborados com base nas ocupações digitais identificadas no estudo de Newlands & Lutz (2024). O objetivo dos questionários é identificar quais das profissões analisadas no estudo de Newlands & Lutz (2024) são mais relevantes para cada licenciatura.

A estrutura do questionário é dividida em introdução, na qual são apresentados o objetivo, o tempo estimado de resposta e a garantia de uso exclusivo dos dados para fins académicos. A primeira secção do questionário avalia a perceção dos participantes quanto à relevância de diferentes ocupações digitais para a Licenciatura. Desta forma, os inquiridos são convidados a classificar, numa escala de *Likert* de 5 pontos (1-nada relevante a 5-totalmente relevante), o grau de preparação que a Licenciatura oferece para cada uma das ocupações listadas.

Esta estrutura é aplicada a todos os questionários de todas as Licenciaturas; no entanto, o conteúdo das profissões varia consoante a Licenciatura (Apêndice I a Apêndice VIII). Para cada Licenciatura, foram escolhidas as ocupações referidas no estudo de Newlands & Lutz (2024), consideradas pela investigadora como as que melhor se enquadravam às licenciaturas em estudo, para serem validadas pelos Diretores de Licenciatura. Na sequência do teste piloto, foi acrescentada uma segunda, e última, secção ao questionário com uma questão de resposta aberta, na qual os Diretores de Licenciatura foram

convidados a identificar ocupações digitais adicionais que não constem do estudo de Newlands & Lutz (2024).

### **2.2.2 Questionário aos Estudantes**

O questionário aplicado aos estudantes é composto por duas secções, com um total de nove questões. A primeira secção, é composta por três questões de natureza demográfica, destinadas a recolher informações básicas sobre os inquiridos, como a idade, o género e o ano de Licenciatura que frequentam. As restantes seis questões, pertencentes à segunda secção, focam-se diretamente no objeto de estudo, abordando aspetos específicos relacionados com o tema de investigação. Em termos de formato, sete das nove questões são de escolha múltipla, o que facilita a análise quantitativa dos dados, enquanto duas são de resposta aberta, permitindo aos participantes expressar opiniões ou comentários de forma mais livre e detalhada, contribuindo, assim, para uma perspetiva qualitativa complementar.

Na sequência da realização do teste piloto do questionário dirigido aos estudantes da Licenciatura de RH, verificou-se que as questões "Se respondeu a opção 'Outra', especifique abaixo" e "Para além das profissões digitais referidas anteriormente, que outras profissões do âmbito digital são do seu interesse?" não deveriam ser de carácter obrigatório, de forma a não comprometer a fluidez e a completude das respostas. Adicionalmente, foi incluída uma nova questão sociodemográfica sobre o ano da licenciatura dos participantes. Por fim, constatou-se a necessidade de inserir uma breve definição do termo "Prestígio", a fim de assegurar uma compreensão clara e uniforme por parte dos inquiridos.

Foram desenvolvidos 8 questionários distintos, direcionados às Licenciaturas de Assessoria e Tradução, Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação, Contabilidade e Administração, Comunicação Empresarial, Comércio Internacional, Criatividade e Inovação Empresarial, Marketing e Recursos Humanos, adaptados aos diferentes públicos-alvo envolvidos no estudo, mantendo, no entanto, uma estrutura comum que assegura a comparabilidade dos dados recolhidos (Apêndice IX a Apêndice XVI).

## **2.3 Procedimentos para a recolha e análise dos dados**

### **2.3.1 Participantes e procedimentos de recolha de dados**

No **questionário destinado aos Diretores de Licenciatura**, o critério de participação dos inquiridos era ser Diretor de uma das Licenciaturas do ISCAP. A recolha de dados decorreu entre 21 de março e 13 de abril de 2025. Os questionários foram enviados por e-mail aos participantes com informação sobre os objetivos da investigação e sobre os principais contributos da sua participação, bem como a exclusiva utilização da informação para fins de investigação académica.

Para a **recolha de dados junto dos estudantes**, o critério para participar na investigação é frequentar o 3º ano de uma das Licenciaturas do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. A recolha de dados decorreu no mês de maio, até ao dia 2 de junho de 2025. A recolha de dados, foi realizada presencialmente, em sala, no ISCAP, com o acordo dos docentes dos respetivos cursos com um tempo de apresentação e aplicação de 10 minutos. Os questionários foram partilhados por meio da apresentação de um código QR associado a cada licenciatura. Também os estudantes foram informados sobre os objetivos da investigação e a relevância da sua contribuição, sendo-lhes garantido que os dados seriam utilizados exclusivamente para fins académicos, com a ressalva de que a informação seria anónima e confidencial.

### **2.3.2 Análise de dados**

A análise dos dados foi realizada com recurso ao SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) e ao Microsoft Excel, utilizado como ferramenta complementar.

Os métodos descritivos utilizados incluem a análise de frequências e a análise de tabelas de contingência (*crosstabs*).

A utilização destas técnicas permite compreender os padrões de postura face às ocupações digitais, facilitando a identificação de relações relevantes entre variáveis. O recurso à estatística descritiva foi fundamental para sintetizar a informação de forma clara e acessível, proporcionando uma base sólida para a interpretação dos resultados e para a formulação de proposições fundamentadas em evidências.

Para analisar o prestígio das ocupações digitais associadas às diferentes Licenciaturas, recorreu-se à questão 9 - "Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo." – cujas opções de resposta foram organizadas em 5 intervalos numéricos, tal como se encontram representados a seguir:

- 0 – 20: Prestígio muito baixo
- 21 – 40: Prestígio baixo
- 41 – 60: Prestígio moderado
- 61 – 80: Prestígio alto
- 81 – 100: Prestígio muito alto

Para simplificar a interpretação dos resultados e facilitar a análise estatística, cada intervalo foi, respetivamente, codificado de 1 (Prestígio muito baixo) a 5 (Prestígio muito alto).

Por último, para compreender a probabilidade dos estudantes de seguirem uma ocupação digital e, o subsequente interesse em desempenharem uma ocupação digital futuramente, recorreu-se à questão 6 – “Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos?” – cujas opções de resposta são:

- 1 – De forma nenhuma
- 2 – Pouco provável
- 3 – Indeciso
- 4 – Provável
- 5 – Com certeza

Com propósito semelhante ao método anteriormente utilizado, agruparam-se a opção 1 (De forma nenhuma) e a opção 2 (Pouco provável), na categoria 1. A opção 3 (Indeciso), na categoria 2 e a opção 4 (Provável) e a opção 5 (Com certeza), na categoria 3. Este agrupamento de opções de resposta, facilita a análise estatística

## **2.4 Amostra**

Uma população é uma coleção de elementos que partilham características comuns e é delimitada com base em critérios de seleção desses elementos; a amostra é um subconjunto dos elementos que a compõem (Freixo, 2011). De referir que, no processo

de seleção da amostra, não se sabe se esta é portadora de todas as características da população, existindo sempre a possibilidade de erro amostral, que pode assumir um determinado grau. Aplicaram-se dois questionários. O primeiro questionário foi aplicado aos oito Diretores das diferentes Licenciaturas do ISCAP, isto é a totalidade da população. O segundo questionário teve como destinatários os estudantes das 8 Licenciaturas. Foi aplicado um questionário a uma turma de cada licenciatura, escolhida com base na disponibilidade dos professores no horário de aplicação, sendo assim uma amostra não probabilística por conveniência (Schiffman & Kanuk, 2000, p.27). As amostras não probabilísticas podem oferecer boas estimativas das características da população, mas não permitem uma avaliação objetiva da precisão dos resultados amostrais (Malhotra, 2001). Pretendeu-se, no entanto, obter o maior número possível de respostas, de forma a aumentar a representatividade da amostra e a segurança das construções estatísticas. Dessa forma, foram inquiridos 214 estudantes.

A amostra em estudo é composta maioritariamente por participantes do género feminino, que representam 69.2% do total. A partir da análise demográfica, verifica-se que a maioria dos participantes tem entre 18 e 24 anos, perfazendo 86.5% da amostra, sendo que as restantes faixas etárias apresentam percentagens significativamente inferiores (Tabela 2).

*Tabela 2 Distribuição por género e faixa etária*

<b>Género</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Masculino	63	29,4%
Feminino	148	69,2%
Outro	3	1,4%
<b>Faixa Etária</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
18 a 24 anos	184	86,5%
25 a 34 anos	14	7,6%
35 a 44 anos	7	2,7%
45 a 54 anos	7	2,2%
55 a 64 anos	2	1,1%
65 anos ou mais	0	0%

A análise demográfica demonstra que a maioria dos participantes por Licenciatura frequenta Contabilidade e Administração, representando 31.3% da amostra, tal como acontece na população em geral do ISCAP, seguida da Licenciatura em Assessoria e Tradução, com 21.0% dos participantes, as restantes Licenciaturas estão representadas em 15% da amostra. A grande maioria dos estudantes da amostra encontra-se no 3º ano da Licenciatura (90.7%), sendo este o foco deste estudo (Tabela 3).

**Tabela 3** Distribuição por ano e Licenciatura

<b>Licenciatura</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Assessoria e Tradução	45	21,0%
Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação	19	8,88%
Comunicação Empresarial	22	10,3%
Comércio Internacional	7	3,27%
Contabilidade e Administração	67	31,3%
Criatividade e Inovação Empresarial	3	1,40%
Marketing	22	10,3%
Recursos Humanos	29	13,6%
<b>Ano da Licenciatura</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
1º ano	20	9,35%
2º ano	0	0%
3º ano	194	90,7%

*Nota. Não foram inquiridos participantes a frequentarem o 2.º ano.*

Na análise de dados, foram consideradas apenas cinco das oito Licenciaturas: Assessoria e Tradução, Comunicação Empresarial, Contabilidade e Administração, Marketing e Recursos Humanos (Tabela 4). Tal ficou a dever-se ao número de inquiridos das Licenciaturas de Comércio Internacional e de Criatividade e Inovação Empresarial ser considerado insuficiente para efeitos de análise. Já a Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação contou com um número relevante de participantes, contudo todos pertenciam ao 1º ano, o que levou à exclusão das suas respostas, uma vez que o critério definido exigia que os participantes fossem estudantes do 3º ano da respetiva Licenciatura.

**Tabela 4** As Licenciaturas do ISCAP incluídas na análise final

<b>Licenciatura</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Assessoria e Tradução	45	24,3%
Comunicação Empresarial	22	11,9%
Contabilidade e Administração	67	36,2%
Marketing	22	11,9%
Recursos Humanos	29	15,7%

## **CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

---

No presente capítulo, procede-se à apresentação e análise crítica dos resultados obtidos ao longo do estudo, procurando-se dar resposta aos objetivos definidos para a investigação. Os dados recolhidos são organizados e discutidos de forma a evidenciar as principais tendências observadas entre os estudantes inquiridos, quer no que respeita ao grau de conhecimento das ocupações digitais, quer relativamente às perceções de prestígio, interesse e barreiras associadas à escolha profissional nesta área.

A discussão dos resultados visa a sua interpretação à luz da literatura que previamente enquadra este estudo, permitindo, assim, compreender em que medida os resultados acrescentam a estudos anteriores. Adicionalmente, procura-se destacar diferenças entre licenciaturas e faixas etárias, de modo a evidenciar padrões específicos e a providenciar conhecimento relevante para os Diretores das Licenciaturas em causa e outras do ensino superior, assim como para futuras investigações.

### 3.1. Conhecimento sobre ocupações digitais

Para cada Licenciatura considerada, identificam-se as ocupações que se destacam por serem mais amplamente reconhecidas, bem como aquelas que apresentam menor notoriedade junto da população inquirida.

No contexto da **Licenciatura de Assessoria e Tradução**, as ocupações mais reconhecidas pelos estudantes são as de Formador de Conversa para *Chatbots* e de Coletor de Dados Online. Em contrapartida, as ocupações menos reconhecidas foram as de Rotulador de Imagens Digitais e Corretor de dados, ambas com um total de 3 respostas na opção “Nunca ouvi falar” (Tabela 5).

**Tabela 5** As ocupações digitais que são mais e menos conhecidas da Licenciatura de Assessoria e Tradução

<b>Assessoria e Tradução</b>	<b>Inquiridos (n°)</b>	<b>Inquiridos face ao total de participantes (%)</b>
Formador de Conversa para <i>Chatbots</i>	0	0%
Coletor de Dados Online	0	%
Rotulador de Imagens Digitais	3	6,7%
Corretor de Dados	3	6,7%

No contexto da **Licenciatura de Comunicação Empresarial**, existem 13 ocupações digitais com maior reconhecimento por parte dos estudantes (0). Em sentido oposto, as ocupações que obtiveram menor reconhecimento por parte dos estudantes foram as de

Analista de *Media*, Redator Empresarial, Organizador de Eventos Corporativos, Gestor de Patrocínios e Parcerias, Analista de Comunicação de Marketing, Editor de Conteúdo Corporativo e Gestor de Marca (ver o 0).

Na **Licenciatura de Contabilidade e Administração**, destacam-se como mais conhecidas as ocupações de Especialista em Contabilidade Digital; Responsável de Proteção de Dados, Consultor de Inteligência Artificial, Consultor de Tecnologia de Informação, Consultor Fiscal com Ferramentas de IA e Gestor de Risco com IA. Já entre as menos conhecidas encontram-se as de Analista Financeiro com *Machine Learning*, Formador de conversa para *Chatbots*, Gestor de TI, Investidor de *Start-up* de tecnologia e Fundador de *Start-up* de tecnologia (Tabela 6).

**Tabela 6** As ocupações digitais que são mais e menos conhecidas da Licenciatura de Contabilidade e Administração

Contabilidade e Administração	Inquiridos (n°)	Inquiridos face ao total de participantes (%)
Especialista em Contabilidade Digital	0	0%
Responsável de Proteção de Dados	0	0%
Consultor de Inteligência Artificial	0	0%
Consultor de Tecnologia de Informação	0	0%
Consultor Fiscal com Ferramentas de IA	0	0%
Gestor de Risco com IA	0	0%
Gestor de TI	4	5,97%
Investidor de Start-up de Tecnologia	4	5,97%
Fundador de Start-up de Tecnologia	4	5,97%
Analista Financeiro com <i>Machine Learning</i>	5	7,46%
Formador de Conversa para <i>Chatbots</i>	5	7,46%

Na **Licenciatura de Marketing**, foram 13 as ocupações com maior reconhecimento por parte dos estudantes, que não obtiveram qualquer indicação na opção “Nunca ouvi falar”. Paralelamente, as ocupações que se destacaram por serem menos reconhecidas entre a população em estudo foram as de Vendedor de comércio eletrónico, Rotulador de imagens digitais, Gestor de comunidade nas redes sociais e Moderador de conteúdo online (ver o Apêndice XVIII).

No âmbito da **Licenciatura em Recursos Humanos**, foram 8 as ocupações com maior reconhecimento entre os estudantes, que não obtiveram qualquer indicação na opção “Nunca ouvi falar”. Em contraste, as ocupações que se destacaram por terem menor

notoriedade foram a de Operador de Dados e a de Especialista em Gamificação para RH, ambas registrando um total de 4 respostas na opção “Nunca ouvi falar” (ver o 0).

Os resultados obtidos evidenciam uma convergência com as projeções teóricas sobre o futuro do trabalho. O elevado reconhecimento de determinadas ocupações digitais em áreas como Marketing, Comunicação e Recursos Humanos demonstra que os estudantes já possuem consciência sobre profissões ligadas à economia digital, redes sociais, inteligência artificial e novas plataformas tecnológicas. Esse dado está em linha com as previsões do World Economic Forum (2025) e de Valente (2014) que destacam a relevância crescente de especialistas em tecnologias de informação, análise de dados e gestão digital de organizações. O facto de algumas funções não terem registado qualquer resposta na opção “Nunca ouvi falar” revela que os estudantes estão cientes das profissões emergentes mais visíveis e consolidadas no mercado, mas não de outras emergentes e/ou da diversidade de ocupações digitais que existem.

Contudo, também se observaram lacunas no reconhecimento de certas ocupações, como Rotulador de Imagens Digitais, Especialista em Gamificação para RH ou Fundador de Start-up tecnológica. Esse desconhecimento pode ser explicado pelo alerta da Dell Technologies (2018), segundo o qual 85% das profissões que existirão em 2030 ainda não existem, o que indica que é natural haver menor familiaridade com funções em fase de criação ou de consolidação. A análise de Valente (2014) reforça essa ideia ao salientar a necessidade de competências em “*E-Business*” e “*E-Leadership*”, que ainda não parecem estar plenamente refletidas no conhecimento dos estudantes.

### **3.2. Perceção quanto ao prestígio das ocupações digitais**

Pretende-se, para cada Licenciatura em análise, identificar as ocupações de maior e menor prestígio.

No âmbito da **Licenciatura de Assessoria e Tradução**, o prestígio médio das ocupações digitais é 2.93, considerando a escala de prestígio codificada, de 1 a 5. Três das ocupações digitais foram avaliadas acima de 3, sendo que a ocupação que obteve maior prestígio foi a de Anfitrião de Airbnb (3.45), seguida por Corretor de Dados e Coletor de Dados, ambas com 3.14 (Tabela 7). Estes resultados contrastam com a pesquisa de Newlands & Lutz (2024), que aponta valores de prestígio sistematicamente inferiores nas ocupações dependentes de plataformas digitais, como por exemplo, o de Anfitrião de Airbnb.

**Tabela 7** As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Assessoria e Tradução

<b>Assessoria e Tradução</b>	<b>Média de Prestígio (escala de 1 a 5)</b>
Anfitrião de Airbnb	3,45
Coletor de Dados Online	3,14
Corretor de Dados	3,14
Rotulador de Imagens Digitais	2,86
Operador de <i>Chatbot</i>	2,66
Formador de Conversa para <i>Chatbots</i>	2,31
<b>Média de Prestígio das ocupações digitais</b>	<b>2,93</b>

Nota: Todas as ocupações listadas, bem como as restantes em estudo, foram avaliadas por  $N = 45$ , representando 24.3% do total da amostra.

Considerando os resultados obtidos na **Licenciatura de Comunicação Empresarial**, verifica-se que a média global de prestígio atribuída às ocupações em análise é de 3.31. As ocupações com maior média de prestígio são: Consultor de Gestão de Crises (3.59), Gestor de Patrocínios e Parcerias (3.55), Especialista de *Employer Branding* (3.45) e Organizador de Eventos Corporativos (3.45). Por outro lado, as ocupações digitais com menor prestígio são: Redator Empresarial (2.77), Copywriter (2.86) e Analista de Comunicação de Marketing (2.95) (Tabela 8). Esse resultado acompanha o que Newlands & Lutz (2024) assinalam relativamente às ocupações da categoria “*Digital and Marketing Sales*”, em que as funções orientadas para a gestão e a comunicação estratégica tendem a alcançar maior prestígio do que funções mais operacionais, como Copywriter ou Redator Empresarial, ambas com médias abaixo de 3.00.

**Tabela 8** As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Comunicação Empresarial

<b>Comunicação Empresarial</b>	<b>Média de Prestígio (escala de 1 a 5)</b>
Consultor de Gestão de Crises	3,59
Gestor de Patrocínios e Parcerias	3,55
Especialista de <i>Employer Branding</i>	3,45
Organizador de Eventos Corporativos	3,45
Redator Empresarial	2,77
<i>Copywriter</i>	2,86
Analista de Comunicação de <i>Marketing</i>	2,95

<b>Média de Prestígio das ocupações digitais</b>	<b>3,31</b>
--------------------------------------------------	-------------

*Nota: Todas as ocupações listadas, bem como as restantes em estudo, foram avaliadas por N = 22, representando 11.9% do total da amostra.*

No contexto da **Licenciatura de Contabilidade e Administração**, verifica-se que a média de prestígio atribuída às ocupações digitais é de 3.29. Há três ocupações digitais com valores médios de prestígio mais elevados que 3: Negociador de Ações (3.70), Consultor Fiscal com Ferramentas de IA (3.64) e Auditor de Sistemas Inteligentes (3.61). O destaque atribuído ao Negociador de Ações aproxima-se das conclusões de Newlands & Lutz (2024), que identificam essa função como a mais valorizada dentro da categoria “*Fintech*”. No extremo oposto, as ocupações com menor prestígio foram a de Formador de Conversa para *Chatbot* (2.69), Operador de Entrada de Dados (2.84) e Micro Trabalhador Online (2.84), e que confirmam a tendência teórica de menos prestígio para profissões associadas a tarefas repetitivas ou de baixa complexidade (Newlands & Lutz, 2024) (Tabela 9).

**Tabela 9** As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Contabilidade e Administração

<b>Contabilidade e Administração</b>	<b>Média de Prestígio (escala de 1 a 5)</b>
Negociador de Ações	3,70
Consultor Fiscal com Ferramentas de IA	3,64
Auditor de Sistemas Inteligentes	3,61
Formador de Conversa para <i>Chatbot</i>	2,69
Operador de Entrada de Dados	2,84
Micro Trabalhador Online	2,84
<b>Média de Prestígio das ocupações digitais</b>	<b>3,29</b>

*Nota: Todas as ocupações listadas, bem como as restantes em estudo, foram avaliadas por N = 67, representando 36.2% do total da amostra.*

No âmbito da **Licenciatura de Marketing**, a análise dos resultados relativos ao prestígio das ocupações digitais revela uma média de prestígio de 3.01. A ocupação com maior média de prestígio é a de Gestor de Marketing Digital (3.73), seguida de Gestor de Marketing de Redes Sociais (3.64) e Embaixador de Marca de Tecnologia (3.50). No extremo oposto, a ocupação com menor prestígio é a de *Blogger* de Beleza (2.32), seguida de *Blogger* de Culinária (2.45) e Rotulador de Imagens Digitais (2.68) (Tabela 10). Tal resultado é coerente com os dados apresentados por Newlands & Lutz (2024), que identificam um prestígio inferior para criadores de conteúdos e *bloggers* quando comparados a profissões tradicionais equivalentes, como jornalistas ou apresentadores de *talk shows*.

**Tabela 10** As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Marketing

<b>Marketing</b>	<b>Média de Prestígio (escala de 1 a 5)</b>
Gestor de Marketing Digital	3,73
Gestor de Marketing de Redes Sociais	3,64
Embaixador de Marca de Tecnologia	3,50
<i>Blogger</i> de Beleza	2,32
<i>Blogger</i> de Culinária	2,45
Rotulador de Imagens Digitais	2,68
<b>Média de Prestígio das ocupações digitais</b>	<b>3,01</b>

Nota: Todas as ocupações listadas, bem como as restantes em estudo, foram avaliadas por  $N = 22$ , representando 11.9% do total da amostra.

Por último, na **Licenciatura de Recursos Humanos**, observa-se que a média global de prestígio atribuída às ocupações digitais é de 3.31. As ocupações com maior prestígio são a de Técnico de Recrutamento Digital e *Employer Branding* e Gestor de Formação e E-Learning, ambas com 3.76. Também se destacam *People Analytics Specialist* (3.69) e Consultor de Transformação Digital em RH (3.55) como ocupações de maior prestígio. Este resultado reflete a valorização crescente das profissões ligadas à análise de dados e à transformação digital em contexto organizacional, em consonância com as previsões de prestígio relativamente elevado para funções inseridas na categoria “*IT Professionals*” (Newlands & Lutz, 2024a). Em contrapartida, a ocupação digital com menor prestígio é a de Operador de Entrada de Dados (2.48), o que confirma o reduzido prestígio associado às ocupações da categoria “*Data Entry, Validation and Tridding*”, sobretudo quando comparadas aos equivalentes não digitais de maior tradição e reconhecimento social (Newlands & Lutz, 2024b). Segue-se Especialista de Gestão de Comunidades Profissionais Virtuais (2.97) e Especialista em Gamificação para RH (3.14) (Tabela 11).

~

**Tabela 11** As ocupações digitais com mais e menos prestígio da Licenciatura de Recursos Humanos

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Média de Prestígio (escala de 1 a 5)</b>
Técnico de Recrutamento Digital e <i>Employer Branding</i>	3,76
Gestor de Formação e <i>E-Learning</i>	3,76
<i>People Analytics Specialist</i>	3,69
Consultor de Transformação Digital em RH	3,55
Operador de Entrada de Dados	2,48
Especialista de Gestão de Comunidades Profissionais	2,97
Especialista em Gamificação para RH	3,14
<b>Média de Prestígio das ocupações digitais</b>	<b>3,31</b>

*Nota: Todas as ocupações listadas, bem como as restantes em estudo, foram avaliadas por N = 29, representando 15.7% do total da amostra.*

### **3.3. Barreiras percecionadas à escolha de uma ocupação digital**

Para cada Licenciatura incluída no estudo, procuram-se identificar as barreiras que mais influenciam os estudantes no processo de tomada de decisão e, contrariamente, as barreiras que menos influenciam (Tabela 12).

A análise global do panorama revela que as barreiras mais frequentemente mencionadas pelos estudantes das diversas Licenciaturas são as competências digitais reduzidas, eleitas um total de 87 vezes, e a preocupação com a proteção e privacidade de dados, escolhida um total de 69 vezes.

Ao analisar as respostas dos inquiridos da **Licenciatura de Assessoria e Tradução**, é possível identificar que as barreiras que se destacam por causarem entraves aos estudantes na prossecução de uma ocupação digital são a proteção e privacidade de dados (51%) e as competências digitais reduzidas (47%).

Já na **Licenciatura de Comunicação Empresarial**, as barreiras que mais intimidam os estudantes a considerarem uma ocupação digital como parte do seu futuro profissional são as reduzidas competências digitais (41%), o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional (32%) e a proteção e privacidade dos dados (32%). O risco de “escravidão

digital” e a diluição das fronteiras entre a vida pessoal e profissional são destacados por Antunes (2018) e Yokoyama & Sekiguchi (2014). Ainda assim, não é uma barreira apontada como determinante para os inquiridos, visto que apenas a Licenciatura em Comunicação Empresarial a destacou como um fator que poderia ter impacto. É possível deduzir que não é uma questão muito valorizada pelos estudantes se considerarmos que a grande maioria ainda não iniciou o seu percurso no Mercado de Trabalho e que, portanto, pode ter alguma dificuldade em considerar este aspeto.

No que diz respeito à **Licenciatura em Contabilidade e Administração**, as barreiras que os estudantes mais reconhecem como limitantes à prossecução de uma ocupação na área digital são as competências digitais reduzidas para desempenharem ocupações digitais (45%) e a proteção e privacidade dos dados (43%).

No âmbito da **Licenciatura de Marketing**, as barreiras que mais são percecionadas à escolha de uma ocupação digital são o encerramento injustificado da sua conta pessoal, no caso de uma profissão que envolva as redes sociais, (32%) e as reduzidas competências para desempenharem ocupações na área digital (27%). O risco de exclusão das plataformas fragiliza a estabilidade laboral digital (Organização Internacional do Trabalho, 2020). Esse aspeto, surge como uma barreira relevante em Marketing, considerando que é um curso em que a presença digital em redes sociais e plataformas online é central para o exercício da profissão.

Por último, na **Licenciatura em Recursos Humanos**, a barreira que os estudantes percecionam como mais limitante consiste em competências reduzidas para desempenharem ocupações na área digital (72%).

A crescente digitalização expõe os trabalhadores a riscos de violação da privacidade, pelo armazenamento massivo de dados no ciberespaço e pela partilha voluntária de informações nas redes sociais (Correia, 2016; Moreira, 2016). Nos resultados, observa-se que esta barreira é fortemente percecionada em Assessoria e Tradução, Contabilidade e Administração e Comunicação Empresarial, mas não tanto em Marketing e Recursos Humanos. Uma possível explicação é que áreas como tradução, contabilidade e comunicação envolvem diretamente informações sensíveis, o que aumenta a preocupação dos estudantes com a privacidade e a proteção intelectual. Já em Marketing e Recursos Humanos, onde há maior abertura ao uso de redes sociais e ferramentas colaborativas, a perceção do risco pode ser diluída, ou até vista como uma parte inevitável da profissão.

A empregabilidade na era digital depende do desenvolvimento contínuo de competências digitais (Forrier & Sels, 2003; OCDE, 2016). Esse ponto foi o mais transversalmente identificado pelos estudantes de todos os cursos como uma barreira relevante, o que reforça a pertinência do quadro teórico. Independentemente da área, os estudantes reconhecem a necessidade de atualização contínua e de formação em Tecnologias de Informação e Comunicação, alinhando-se com a preocupação da literatura com a empregabilidade e a transformação digital.

*Tabela 12 Barreiras que limitam os estudantes das Licenciaturas no desempenho de ocupações digitais*

Licenciaturas	Proteção e privacidade de dados		Transparência no uso de dados		Distribuição de recursos		Encerramento de conta injustificado		Equilíbrio vida pessoal/profissional		Competências digitais reduzidas		Outra	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Assessoria e Tradução</b>	23	51%	13	29%	7	16%	11	24%	9	20%	21	47%	13	29%
<b>Comunicação Empresarial</b>	7	32%	4	18%	6	27%	3	14%	7	32%	9	41%	2	9%
<b>Contabilidade e Administração</b>	29	43%	12	18%	12	18%	4	6%	14	21%	30	45%	8	12%
<b>Marketing</b>	3	14%	4	18%	3	14%	7	32%	1	1%	6	27%	5	23%
<b>Recursos Humanos</b>	7	24%	6	21%	4	14%	2	7%	5	17%	21	72%	8	28%
<b>Total</b>	<b>69</b>		<b>39</b>		<b>32</b>		<b>27</b>		<b>36</b>		<b>87</b>		<b>36</b>	

### 3.4. Interesse dos Estudantes em seguir Ocupações Digitais

Ao realizar a análise das Licenciaturas do ISCAP face à possibilidade de seguirem uma profissão digital após terminarem os estudos cerca de dois terços dos participantes (63.2%) consideram "Provável" e "Com certeza" seguirem uma profissão digital na sua área de estudo. O que reforça a centralidade das ocupações digitais no futuro do trabalho. Esta é uma tendência indicada pelo World Economic Forum, (2023a), que refere que a escolha de profissões digitais reflete uma consciência crescente de que a transformação tecnológica cria oportunidades de carreira que respondem às exigências de inovação.

Apesar da elevada percentagem de estudantes interessados em enveredar por uma ocupação digital, para 17% dos inquiridos, ainda é uma questão pendente, pois caracterizam como “De forma nenhuma” e “Pouco provável” a possibilidade de seguirem uma profissão digital após terminarem a Licenciaturas (Tabela 13).

*Tabela 13 Probabilidade dos estudantes das Licenciaturas desempenharem uma ocupação digital após concluírem os estudos*

	1 - De forma nenhuma/Pouco provável		2- Indeciso		3- Provável/ Com certeza	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Assessoria e Tradução</b>	10	22,2%	10	22,2%	25	55,6%
<b>Comunicação Empresarial</b>	3	13,6%	3	13,6%	16	72,7%
<b>Contabilidade e Administração</b>	14	20,9%	14	20,9%	39	58,2%
<b>Marketing</b>	1	4,5%	4	18,2%	17	77,3%
<b>Recursos Humanos</b>	3	10,3%	6	20,7%	20	69%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>17%</b>	<b>37</b>	<b>20%</b>	<b>117</b>	<b>63%</b>

Numa análise pormenorizada a cada Licenciatura do ISCAP, foi possível identificar que em **Assessoria e Tradução**, 55.6% dos inquiridos optam por “Provável” e “Com certeza”. Por outro lado, 22.2% dos inquiridos optam por “De forma nenhuma” e “Pouco provável”. A média global de motivação dos estudantes desta Licenciatura para seguir uma ocupação digital é de 2.71. Foram identificadas quatro ocupações digitais cuja média de motivação se encontra acima da média global (Tabela 14), e três ocupações com valores inferiores à média (ver o Apêndice XX).

*Tabela 14 As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução*

<b>Assessoria e Tradução</b>	<b>Média de Motivação (Escala de 1 a 5)</b>
<i>Anfitrião de Airbnb</i>	<b>3,29</b>
<i>Corretor de Dados</i>	<b>2,96</b>
Rotulador de Imagens Digitais	2,73
Coletor de Dados <i>Online</i>	2,73

Na **Licenciatura de Comunicação Empresarial**, 72.7% dos inquiridos, optaram por “Provável” e “Com certeza” e 13.6% dos inquiridos optaram pelas opções “De forma nenhuma” e “Pouco provável”, demonstrando assim uma forte predisposição para carreiras digitais. A média global de motivação dos estudantes desta Licenciatura é de 3.30. Foram identificadas doze ocupações digitais com valores de motivação superiores à média global (Tabela 15) e oito ocupações com valores inferiores à média (ver o Apêndice XXI). Estes resultados confirmam a declaração do World Economic Forum (2023a) de que as profissões de Marketing, Comunicação e Publicidade estão entre as mais comuns no segmento de salários médios do mercado digital.

*Tabela 15 As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial*

<b>Comunicação Empresarial</b>	<b>Média de Motivação (Escala de 1 a 5)</b>
<i>Gestor de Marca</i>	<b>4,00</b>
<i>Organizador de Eventos Corporativos</i>	<b>4,00</b>
<i>Gestor de Comunicação Interna</i>	<b>3,95</b>
<i>Relações-públicas</i>	<b>3,91</b>
Gestor de Patrocínios e Parcerias	3,86
Consultor de Comunicação	3,82
Especialista em <i>Employer Branding</i>	3,73
Assessor de Comunicação	3,68
Gestor de Comunicação de RH	3,55
Consultor de Gestão de Crises	3,50
Gestor de Marketing Digital	3,45
Gestor de Marketing de Redes Sociais	3,41

Na **Licenciatura de Contabilidade e Administração**, 58.2% selecionam a opção 3 (“Provável” e “Com certeza”), enquanto 20.9% dos inquiridos opta pela opção 1 (“De forma nenhuma” e “Pouco provável”). A média global de motivação dos estudantes de Contabilidade e Administração para seguirem uma ocupação digital é de 2.84. A análise permitiu identificar nove ocupações digitais com uma média de motivação superior ao valor médio global (Tabela 16) e dez ocupações com valores inferiores à média global (ver o Apêndice XXII). O que suporta que funções básicas de contabilidade estão em declínio,

enquanto funções complexas e tecnologicamente integradas terão crescimento e maior valorização (World Economic Forum, 2023a).

**Tabela 16** As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração

<b>Contabilidade e Administração</b>	<b>Média de Motivação (Escala de 1 a 5)</b>
<b><i>Especialista em Contabilidade Digital</i></b>	<b>3,60</b>
Contabilista Forense com Análise de Dados	3,25
Analista Financeiro com <i>Machine Learning</i>	3,19
Consultor Fiscal com Ferramentas de IA	3,18
Investidor de Start-up de Tecnologia	3,12
Gestor de Risco com IA	3,00
Auditor de Sistemas Inteligentes	2,99
Micro Trabalhador Online	2,88
Fundador de Start-up de Tecnologia	2,87

Na **Licenciatura de Marketing**, 77.3% dos indivíduos indicam que há grande possibilidade de seguir uma profissão digital, enquanto 4.5% dos inquiridos optam pela opção 1, demonstrando, assim, que é a Licenciatura com maior predisposição digital. A média global de motivação da Licenciatura de Marketing é de 2.98. Perante a análise dos valores médios de motivação, foram identificadas 10 ocupações com valor médio superior à média (Tabela 17) e 8 com valor médio inferior (ver o Apêndice XXIII). Este resultado está diretamente alinhado com a teoria, que posiciona o Marketing Digital como uma das áreas de maior crescimento e transformação (World Economic Forum, 2024).

**Tabela 17** As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Marketing

<b>Marketing</b>	<b>Média de Motivação (Escala de 1 a 5)</b>
<b><i>Gestor de Marketing Digital</i></b>	<b>4,00</b>
<b><i>Gestor de Marketing de Redes Sociais</i></b>	<b>4,00</b>
<b><i>Gestor de Comunidade nas Redes Sociais</i></b>	<b>3,64</b>
Embaixador de Marca de Tecnologia	3,36
Gestor de Comércio Eletrónico	3,32
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	3,27
Moderador de Conteúdo Online	3,18
Rotulador de Imagens Digitais	3,14
Professional de Marketing por Email	3,14
Anfitrião de Airbnb	3,09

Por último, na **Licenciatura de Recursos Humanos**, 69.0% dos inquiridos escolhem a opção 3 (“Provável” e “Com certeza”), enquanto 10.3% dos indivíduos optam pela opção 1 (“De forma nenhuma” e “Pouco provável”). A média global de motivação dos estudantes para seguir uma ocupação digital após a conclusão dos estudos é de 3.42. Existem 8 ocupações digitais com valores de motivação superiores à média global (Tabela 18) e 12 ocupações com valores inferiores (ver o Apêndice XXIV) Este resultado confirma a perspectiva de que todas as áreas, incluindo RH, estão a ser impactadas pela digitalização (Charles et al., 2022).

**Tabela 18** As ocupações digitais que mais motivam a Licenciatura de Recursos Humanos

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Média de Motivação (Escala de 1 a 5)</b>
<i>Gestor de Employee Experience Digital</i>	<b>4,17</b>
<i>Técnico de Recrutamento Digital e Employer Branding</i>	<b>4,00</b>
<i>Gestor de Cultura Organizacional Digital</i>	<b>3,93</b>
Influenciador de RH	3,55
Especialista em Regulação do Trabalho Digital	3,55
Gestor de Formação e e-Learning	3,52
Especialista em Gamificação para RH	3,48
Especialista em <i>upskilling</i> e <i>reskilling</i> digital	3,48



Num contexto global marcado pela transformação digital e pela crescente procura de profissionais qualificados em áreas tecnológicas, torna-se crucial compreender de que forma os indivíduos que se preparam para ingressar no Mercado de Trabalho percecionam este nicho de Mercado emergente.

A presente dissertação baseou-se no estudo de Newlands & Lutz (2024a) intitulado “*Mapping the Prestige and Social Value of Occupations in the Digital Economy*”, que analisou as perceções de prestígio e valor social de 76 ocupações da economia digital no Reino Unido.

O objetivo principal da investigação consistiu em compreender a perspetiva dos estudantes do ISCAP em relação às ocupações digitais. No seguimento do objetivo geral, definiram-se os seguintes objetivos específicos: Verificar o conhecimento dos estudantes sobre ocupações digitais; compreender a perceção dos estudantes quanto ao prestígio das ocupações digitais; explorar as barreiras percecionadas que colocam entraves à escolha de ocupações digitais; e analisar o interesse dos estudantes em seguir ocupações digitais.

A investigação, ainda que exploratória, adotou uma abordagem quantitativa. Os dados que a sustentam foram recolhidos a partir de dois questionários distintos: o primeiro aplicado aos Diretores das Licenciaturas do ISCAP e, numa fase subsequente, o segundo dirigido aos estudantes das oito Licenciaturas que integram a instituição. As respostas obtidas junto dos Diretores serviram de base à elaboração do questionário destinado aos estudantes, assegurando a coerência e pertinência dos indicadores analisados.

É possível compreender que, se por um lado os estudantes das Licenciaturas do ISCAP conhecem amplamente ocupações ligadas ao marketing digital, comunicação estratégica e gestão de pessoas, por outro lado, demonstram menor contacto com ocupações digitais emergentes de carácter mais tecnológico, como aquelas ligadas ao *machine learning*, à ciência de dados ou ao empreendedorismo tecnológico. Tendo em conta que o World Economic Forum (2025) projeta forte crescimento até 2030 em funções como Especialista em *Big Data*, Engenheiro de *FinTech* e Especialista em Inteligência Artificial, torna-se evidente a necessidade de uma maior aproximação curricular às transformações digitais. Tal aproximação é essencial não apenas para preparar futuros profissionais para ocupações já consolidadas, mas também para aquelas em rápido processo de expansão. Todavia, importa sublinhar que as Licenciaturas analisadas não possuem uma base tecnológica estruturada, o que ajuda a justificar o menor interesse ou

afastamento demonstrado pelos estudantes relativamente às ocupações de carácter mais tecnológico.

Assim, os resultados obtidos confirmam parte dos desafios identificados na literatura, nomeadamente os relativos à insegurança da proteção dos dados e da privacidade (Forrier & Sels, 2003; Tverdushka & Stoliaruk, 2020) e à falta de competências digitais (Correia, 2016; Moreira, 2016).

Em síntese, a evidência empírica recolhida mostra que os estudantes tendem a atribuir maior prestígio a ocupações digitais de natureza estratégica, analítica ou de gestão, como Consultor de gestão de crises, Negociador de ações e Gestor de formação e *e-learning*, enquanto as funções mais operacionais, ligadas à produção de conteúdos, tarefas repetitivas ou dependentes de plataformas, como Operador de entrada de dados, Formador de conversa para *chatbot* e *Blogger* de culinária, são sistematicamente desvalorizadas. Essa tendência confirma os padrões identificados por Newlands & Lutz (2024a), reforçando a ideia de que o prestígio ocupacional no domínio digital não é homogéneo e mantém, em grande medida, hierarquias comparáveis às do mercado de trabalho não digital.

A partir dos resultados obtidos, conclui-se que 63% dos estudantes considera, com um bom nível de certeza, a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital. Por outro lado, 17% da amostra garante que é pouco provável ou até mesmo que de forma nenhuma virá a assumir uma ocupação do âmbito digital. Existe uma tendência generalizada de maior motivação para ocupações digitais que combinam maior especialização tecnológica, maior dinamismo no mercado e melhores perspetivas de crescimento, como Especialista em risco financeiro, Especialista em rede de computadores e Engenheiro de *Fintech*. Os estudantes revelam uma preferência clara por funções emergentes de maior valor acrescentado, como Contabilista forense com análise de dados, Gestor de Marketing Digital e Gestor de *employee experience* digital, e evitam, em grande medida, ocupações digitais associadas a baixos salários e à estagnação, como o atendimento digital básico, e o cargo de Operador de *chatbot*. Estes resultados confirmam a perspetiva de que os jovens procuram carreiras que atendam às exigências de flexibilidade, empregabilidade e resiliência, conforme defende o World Economic Forum (2023b). Assim, os resultados obtidos reforçam a ideia de que a preparação e a adaptação às competências digitais são

cruciais para garantir uma integração bem-sucedida no mercado de trabalho da Quarta Revolução Industrial (Forrier & Sels, 2003).

Perante as conclusões apresentadas, é possível afirmar que a presente dissertação contribuiu para a exploração do conhecimento sobre as ocupações digitais por finalistas do ensino superior, um tema emergente que continua a ser explorado e no qual ainda persistem lacunas significativas. Apesar de já existir fundamentação teórica acerca deste paradigma, o número de estudos empíricos que descrevem o interesse dos indivíduos em seguir ocupações digitais permanece insuficiente. Do mesmo modo, a investigação também se revela pertinente para as instituições de ensino, permitindo-lhes refletir sobre o interesse manifestado pelos estudantes em enveredar por uma ocupação digital, bem como sobre os desafios identificados nesse percurso. Desta forma, tais instituições podem desempenhar um papel ativo na redução das barreiras existentes, promovendo o desenvolvimento das competências digitais e reforçando a capacidade dos estudantes de proteger os seus dados e a sua privacidade, contribuindo, assim para a valorização e expansão destas novas formas de trabalho.

Entre as limitações do estudo, destaca-se o tamanho reduzido da amostra, sobretudo nas Licenciaturas de Comunicação Empresarial, Marketing e Recursos Humanos, que apresentaram número inferior de inquiridos em comparação com as Licenciaturas de Assessoria e Tradução e de Contabilidade e Administração. Embora seja uma característica expectável de um estudo exploratório, cujo intuito não é generalizar resultados (Theodorson & Theodorson, 1970), representa uma limitação. Além disso, nem todas as Licenciaturas contaram com um conjunto significativo de ocupações consideradas pertinentes pelos Diretores de Curso.

Para investigações futuras que aprofundem o tema, recomenda-se ampliar a amostra, considerando que este estudo se restringiu exclusivamente a estudantes do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP). A inclusão de alunos de outras instituições de ensino superior poderia reforçar a robustez da investigação, conferindo-lhe maior representatividade e, eventualmente, permitindo a comparação entre diferentes áreas das ciências empresariais, enriquecendo a análise. Ainda no âmbito do ISCAP, sugere-se o alargamento da amostra, uma vez que os participantes considerados foram apenas estudantes de Licenciatura. Seria igualmente relevante incluir a perspetiva de alunos de Mestrado, Pós-graduação e CTESP, de modo a obter uma visão

mais abrangente e diversificada da preparação e motivação para um mercado de trabalho cada vez mais digital.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

---

- Aguiar Coelho, J. M., & Lima Santos, N. N. (1999). Sociedade pós-salarial: Não locais de trabalho, riscos psicológicos e algumas questões de saúde ocupacional. *Revista da UFP*, 5, 307–313.
- Albornoz, S. (1994). *O que é trabalho?* (6ª). Brasiliense.
- Antunes, R. (2018). *O privilégio da servidão: O novo proletariado de serviços na era digital*. Boitempo.
- Baethge-Kinsky, V. (2020). *Digitized Industrial Work: Requirements, Opportunities, and Problems of Competence Development*. 5. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.00033>
- Baptista, C. S., & Sousa, M. J. (2011). *Baptista, C. S., & Sousa, M. J. (2011). Como Fazer Investigação, Dissertações, Tese e Relatórios*. Pactor. Pactor.
- Bernhard, J. M., Alber, J., & Gold, R. S. (2014). A Social Media Primer for Professionals. *Health Promotion Practice*, 15(2), 168–172. <https://doi.org/10.1177/1524839913517235>
- Bravo, S. R. (1988). R. Sierra Bravo—“*Técnicas de Investigación Social*”—5ª edição, *Paraninfo*, 1988 (pág. 73) (5ª ed.). Paraninfo.
- Canhota, C. (2008). Qual a importância do estudo piloto? Em E. E. Silva, *Investigação passo a passo: Perguntas e respostas para investigação clínica* (pp. 69–72). APMCG.
- Carmo, H., & Ferreira, M. M. (2008). *Metodologia da Investigação—Guia para Auto-Aprendizagem* (2ª). Universidade Aberta.
- Cascio, F. W. (1995). *Managing Human Resources, Productivity, Quality of Work Life, Profits*. McGraw Hills.
- Cervo, A. L., & Bervian, P. A. (2002). *Metodologia científica* (5ª ed.). Prentice Hall.

- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007). Class and Status: The Conceptual Distinction and Its Empirical Relevance. *American Sociological Review*, 72(4), 512–532. <https://doi.org/10.1177/000312240707200402>
- Charles, V., Rana, N. P., & Carter, L. D. (2022). *Artificial intelligence for data-driven decision-making and governance in public affairs*. 39(4). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101742>
- Cooper, M. C., Lambert, D. M., & Pagh, J. D. (1998). Supply Chain Management. *The International Journal of Logistics Management*.
- Correia, F. (2016). *O direito à privacidade na era digital*.
- Coutinho, C. P. (2011a). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e prática*. Edições Almedina, S.A.
- Coutinho, C. P. (2011b). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e prática*. Edições Almedina, S.A.
- Dell Technologies. (2018). *Realizing 2030: A Divided Vision of the Future*. Dell Technologies.
- Dias, M. I. C. (1994). *O inquérito por questionário: Problemas teóricos e metodológicos gerais*. Universidade do Porto.
- Duffy, B. E. (2016). *The romance of work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries*. 19(4), 441–457.
- Forrier, A., & Sels, L. (2003). The concept employability: A complex mosaic. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 3, 102–124. <https://doi.org/10.1504/IJHRDM.2003.002414>
- Freire, J. (2001). *Sociologia do Trabalho*. Edições Afrontamento.
- Freixo, M. (2011). *Metodologia Científica – Fundamentos Métodos e Técnicas*. Instituto Piaget.

- Ghiglione, R., & Matalon, B. (2001). *O inquérito: Teoria e prática* (4ª). Celta Editora.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (5ª). Atlas.
- Gil, A. C. (2007). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (5ª). Atlas.
- Gillespie, T. (2020). *Content moderation, AI, and the question of scale*. *Big Data & Society*. 7(2), 1–5.
- Gonçalves, A. (2004). *Métodos e Técnicas de Investigação Social I - Programa, Conteúdo e Métodos de Ensino Teórico e Prático*.
- Handy, C. (1989). *The age of unreason*. Arrow books.
- Hill, M. M. (2014). Desenho de questionário e análise dos dados—Alguns contributos. Em *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais da Educação*. Edições Húmus.
- Hirschi, A. (2018). *The fourth industrial revolution: Issues and implications for career research and practice*. 66, 192–204. <https://doi.org/10.1002/cdq.12142>
- International Labour Office. (2012). *International Standard Classification of Occupations*.
- Johnston, H., & Land-Kazlauskas, C. (2018). *Organizing on-demand: Representation, voice, and collective bargaining in the gig economy*. 94.
- KA, H. (2023). Study on Future Employment Opportunity and Lucrative Professions in View of Technological Innovation. 9, 11. <https://doi.org/10.31364/SCIRJ/v11.i9.2023.P0923959>
- Kerckhoff, A. C. (1993). *Diverging Pathways: Social Structure and Career Deflections*. Cambridge University Press.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (1992). *Lakatos, E. M., Marconi, M. A. (1992). Metodologia do trabalho científico. 4.ed. São Paulo: Atlas. (4 Ed.)*. Atlas.

- Leitão, I. M. T. A., Fernandes, A. L., & Ramos, I. C. (2008). *Saúde Ocupacional: Analisando os riscos relacionados à equipe de enfermagem numa unidade de Terapia Intensiva*. 7(4), 476–484.
- Lent, R. W. (2018). *Future of work in the digital world: Preparing for instability and opportunity*. 66, 205–219.
- Liedke, E. (1997). Trabalho. Em A. D. Cattani, *Trabalho e Tecnologia: Dicionário Crítico* (pp. 268–274). Vozes.
- Lima Santos, N. (2000). Sociedade pós salarial e não locais de trabalho: Declínio do trabalho-emprego e futuro do trabalho-atividade. *Revista da UFP*, 5, 303–313.
- Lino, M. M. (2004). *Satisfação profissional entre enfermeiras de UTI: adaptação transcultural do Index of Work Satisfaction (IWS)* [Doutoramento]. Escola de Enfermagem da Universidade de São Paulo.
- Lobo, F. (2003). *Clima Organizacional no setor público e privado no norte de Portugal*. Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a ciência e tecnologia.
- Macdonald, K. (1995). *The Sociology of the professions*. Sage Publications.
- Martins, T. (2024). *Compliance em matéria de proteção de dados no âmbito laboral*. Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa.
- Mayo, E. (1968). *The Human Problem of an Industrial Civilization*. Viking.
- Minarelli, J. A. (1995). *Empregabilidade: O caminho das pedras*. Gente.
- Moita, L. P. (1994). *Pesquisa Interpretativista em Lingüística Aplicada: A linguagem como condição e solução*. 10(2), 329–338.
- Moreira, T. A. C. (2016). *Estudos de Direito do Trabalho*. Almedina.
- Morgado, J. C. (2013). *O Estudo de Caso na Investigação em Educação* (4.a). De Facto Editores.

- Morgan, L. M., & Cole, J. D. (2019). Career Development for Youth and Emerging Adults With Diverse Paths. Em D. Capuzzi & M. Stauffer, *Career Counseling: Foundations, Perspectives and Applications* (3<sup>a</sup>, pp. 321–346). Routledge.
- Newlands, G., & Lutz, C. (2024a). Mapping the prestige and social value of occupations in the digital economy. *Journal of Business Research*, 180, 14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114716>
- Newlands, G., & Lutz, C. (2024b). Occupational prestige and occupational social value in the United Kingdom: New Indices for the modern British economy. *Journal of Business Research*, 35.
- Nunan, D. (1992). *Research methods in language learning*. Cambridge University Press.
- OCDE. (2016). *Skills Matter: Further Results from the Survey of Adult Skills* (OECD Skills Studies). OCDE.
- OCDE. (2020). *Digital Economy Outlook 2020* (p. 160).
- Organização Internacional do Trabalho. (2015). *World employment and social outlook: Trends* 2015. [https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms\\_337069.pdf](https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms_337069.pdf)
- Organização Internacional do Trabalho. (2020). *As plataformas digitais e o futuro do trabalho*.
- Pardal, I., & Lopes, E. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Areal Editores.
- Philbeck, T., & Davis, N. (2018). The Fourth Industrial Revolution. *Journal of International Affairs*, 72(1), 17–22.
- Quirino, G., & Pinheiro, W. M. A. (2017). *A Influência da Rede de Blogs no Consumo de Produtos e Marcas de Maquiagem*. 13(3).

- Ramos, J., Peiró, M. J., & Ripoll, P. (1996). Condiciones de Trabajo y Clima Laboral. Em M. J. Peiró & F. Pietro (Eds.), *Tratado de Psicología del Trabajo, Volumen I: La actividad laboral en su contexto*. Síntesis Psicología.
- Richardson, R., Cenichiaro, J., & Carrion, A. (2007). *Pesquisa social: Métodos e técnicas* (3<sup>a</sup>). Atlas.
- Rotatori, D., Lee, E. J., & Sleeva, S. (2020). *The evolution of the workforce during the fourth industrial revolution*. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1767453>
- Salanova, M., Gracia, F., & Pieró, J. (1996). Aspectos psicosociales del trabajo. Em J. Pieró & F. Pietro, *Tratado de psicología del trabajo: Vol. II* (pp. 35–63). Editorial Síntesis.
- Santos, A. P. S. D. (2018). *Startups digitais: A travessia na zona cinzenta* [Doutoramento]. Universidade de São Paulo.
- Santos, M. F. S. (1990). *Identidade e aposentaria*. EPU.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2000). *Comportamento do consumidor* (6<sup>a</sup> ed.). LTC Editora.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M., & Stuart, W. (1972). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. Universidade de São Paulo.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1965). *Métodos de pesquisa das relações sociais*. Herder.
- Sommo, L., & Campani, G. (com Ramos, M. C.). (2001). *Ramos, M. C. (2001). Dinamiche Economiche Nell'Europa Dell'Euro, Immigrazione e Lavoro*. 332 In Sommo, L.; Campani, G. (dir.). *L'Euro, Scenari economici e dimensione simbólica* (pp. 101-118). Milão: Guerini Studio. Guerini Studio.

- Sørensen, A. B. (1975). The Structure of Intragenerational Mobility. *American Sociological Review*, 40, 456–471. <https://doi.org/10.2307/2094433>
- Sverko, B., & Vizek-Vidovic. (1995). Studies of the meaning of work: Approaches, models and some of the findings. Em D. E. Super & B. Sverko (Eds.), *Life roles, values, and careers—International findings of the Work Importance Study* (pp. 3–21). Jossey-Bass.
- Theodorson, G. A., & Theodorson, A. G. (1970). *A modern dictionary of sociology*. Methuen.
- Tuckman, B. W. (2012). *Manual de Investigação em Educação: Metodologia para conceber e realizar o processo de Investigação Científica* (4<sup>a</sup>). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tverdushka, T., & Stoliaruk, K. (2020). The impact of digitalization on work quality at the enterprise operational level. *Technology audit and production reserves*, 4, 37–44. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2020.211151>
- Valente, A. C. (2014). *Novos Mercados de Trabalho e Novas Profissões*.
- Wegener, B. (1992). Concepts and Measurement of Prestige. *Annual Review of Sociology*, 18, 253–280. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.18.080192.001345>
- World Economic Forum. (2023a). *Global Risks Report*.
- World Economic Forum. (2023b). *Pushing Through the Undercurrents*.
- World Economic Forum. (2024). *The Rise of Global Digital Jobs*.
- World Economic Forum. (2025). *Future of Jobs Report*.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (3<sup>a</sup> ed.). Bookman.
- Yokoyama, M. H., & Sekiguchi, T. (2014). The use of social network sites in the workplace: A case study in Brazilian companies. 11(2), 87–114. <https://doi.org/10.15728/bbr.2014.11.2.4>

YouGov. (2021). Doctor, vet, esports star, influencer: Dream jobs among US teens.

*YouGov America.*



# Apêndice I - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Assessoria e Tradução

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Assessoria e Tradução do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua percepção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinham com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

leção 1

### Licenciatura em Assessoria e Tradução

1. Em que medida a formação na Licenciatura de Assessoria e Tradução permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

**Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional

**Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.

**Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.

**Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional

**Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Formador de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de Conversa para Chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro Trabalhador Online (ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Entrada de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de Imagens Digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de Dados Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes?

Introduza a sua resposta

# Apêndice II - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevantes para os alunos da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Informação e Documentação do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua perceção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinham com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

ecção 1

### Licenciatura em Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação

1. Em que medida a formação na Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Informação e Documentação permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

- Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.
- Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.
- Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.
- Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.
- Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Formador de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de Conversa para Chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro Trabalhador Online (ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Entrada de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de Imagens Digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de Dados Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Tecnologia de Informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em Segurança da Informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Think tank de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Políticas Tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cientista de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arquivista da Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice III - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Comércio Internacional

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Comércio Internacional do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua percepção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinham com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

Secção 1

### Licenciatura em Comércio Internacional

1. Em que medida a formação na Licenciatura de Comércio Internacional permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

**Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.

**Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.

**Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.

**Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.

**Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Negociador de Criptomoedas (ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de Criptomoedas (ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor em Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice IV - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Comunicação Empresarial

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Comunicação Empresarial do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua perceção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinhem com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

Secção 1

### Licenciatura em Comunicação Empresarial

#### 1. Em que medida a formação na Licenciatura de Comunicação Empresarial permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

**Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.  
**Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.  
**Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.  
**Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.  
**Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Blogger de Beleza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogger de Culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Fitness nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Viagens nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Moda nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de Conteúdo Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comunidade nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de Podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogador Profissional de E-Sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de Conversa para Chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro Trabalhador Online (ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing de Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de Marketing por Email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embalizador de Marca de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice V - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Contabilidade e Administração

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Contabilidade e Administração do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua percepção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinhem com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeco a sua colaboração e disponibilidade!

Secção 1

### Licenciatura em Contabilidade e Administração

1. Em que medida a formação na Licenciatura de Contabilidade e Administração permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

- Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.
- Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.
- Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.
- Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.
- Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Negociador de Criptomoedas (ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de Criptomoedas (ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de Ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para Chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro Trabalhador Online (ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Entrada de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de Dados Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor em Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embaixador de Marca de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsável de Proteção de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Tecnologia de Informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice VI - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua percepção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinham com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

ção 1

### Licenciatura em Criatividade e Inovação Empresarial

1. Em que medida a formação na licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

- Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.
- Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.
- Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.
- Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.
- Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Blogger de Culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogger de Culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de Conteúdo de Vídeo Online (ex: Youtuber)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Fitness nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Viagens nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Moda nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de Conteúdo Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comunidade nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de Podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogador Profissional de E Sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Tecnologia da Informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Think Tank de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Políticas Tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing de Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de Marketing por Email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice VII - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Marketing

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Marketing do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua perceção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinham com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

Secção 1

...

### Licenciatura em Marketing

#### 1. Em que medida a formação na Licenciatura de Marketing permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

**Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.

**Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.

**Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.

**Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.

**Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Blogger de Beleza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogger de Culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de Conteúdo de Video Online (ex: Youtuber)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de Moda nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de Conteúdo Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comunidade nas Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de Podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogador Profissional de E-Sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de Imagens Digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketing de Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de Marketing por Email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embalizador de Marca de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de Chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes? \*

Introduza a sua resposta

# Apêndice VIII - Questionário aplicado ao Diretor da Licenciatura de Recursos Humanos

## Identificação de Ocupações Digitais relevantes para os Alunos do ISCAP

Este questionário tem como objetivo identificar quais das ocupações analisadas no estudo de Newlands e Lutz (2024) são mais relevante para os alunos da Licenciatura de Recursos Humanos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Através da sua perceção, serão selecionadas as ocupações profissionais que melhor alinhem com as competências adquiridas pelos alunos ao longo do seu percurso académico e as exigências do Mercado de trabalho. As respostas ajudarão a definir o foco da dissertação, garantindo a relevância das ocupações abordadas.

O questionário dura cerca de 5 minutos e as informações recolhidas serão usadas apenas para fins académicos.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

Secção 1

...

### Licenciatura de Recursos Humanos

#### 1. Em que medida a formação na licenciatura de Recursos Humanos permite aceder às ocupações abaixo mencionadas:

- Nada relevante** - A licenciatura não fornece conhecimentos ou competências necessárias para a ocupação profissional.  
**Pouco relevante** - A licenciatura fornece algumas bases, mas não é suficiente para o exercício da ocupação profissional.  
**Moderadamente relevante** - A licenciatura cobre parte das competências necessárias, mas seria preciso formação complementar.  
**Muito relevante** - A licenciatura fornece a maioria das competências necessárias para a ocupação profissional.  
**Totalmente relevante** - A licenciatura prepara completamente os estudantes para esta ocupação profissional.

	Nada relevante	Pouco relevante	Moderadamente relevante	Muito relevante	Totalmente relevante
Formador de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para Chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro Trabalhador Online (ex.: Amaz on Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor em Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico (Ex.: Ebay)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsável de Proteção de Dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Inteligência Artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de Tecnologia da Informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 2. Existem ocupações digitais que não foram listadas e que considera importantes?

Introduza a sua resposta

# Apêndice IX - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Assessoria e Tradução

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Assessoria e Tradução do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Formador de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

\* **Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Prestígio muito alto
Formador de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice X - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

⋮

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Micro trabalhador online (Ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de políticas tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cientista de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arquivista da internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curador digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auditor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor do conhecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliotecário digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Editor de conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de conteúdo para plataformas digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo. \*

**Prestigio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestigio muito baixo	21-40: Prestigio baixo	41-60: prestigio moderado	61-80: Prestigio alto	81-100: Pre
Micro trabalhador online (Ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de políticas tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cientista de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arquivista da internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curador digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auditor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de conhecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliotecário digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Editor de conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de conteúdo para plataformas digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XI - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Comércio Internacional

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Comércio Internacional do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as ocupações digitais.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 5 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa Etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

### 4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Negociador de Criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de Ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor em Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketplace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Logística Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Dados de Mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Exportação Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta ( no caso de uma profissão que envolva redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo. \*

**Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: Prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Prestígio muito alto
Negociador de Criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de Ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor em Startup de Tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de Comércio Eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Marketplace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Logística Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Dados de Mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de Exportação Digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XII - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Comunicação Empresarial

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Comunicação Empresarial do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º Ano
- 2º Ano
- 3º Ano

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de marketing em motores de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assessor de comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunicação interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relações públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redator empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Copywriter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de comunicação de marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Editor de conteúdo corporativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornalista de comunicação empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizador de eventos corporativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de patrocínios e parcerias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em employer branding	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de gestão de crises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunicação para RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em comunicação de sustentabilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

\* **Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Prestígio muito alto
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de marketing em motores de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assessor de comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunicação interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relações públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redator empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Copywriter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de comunicação de marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Editor de conteúdo corporativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornalista de comunicação empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizador de eventos corporativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de patrocínios e parcerias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em employer branding	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de gestão de crises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunicação para RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em comunicação de sustentabilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XIII - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Contabilidade e Administração

## A perspetiva das estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Contabilidade e Administração do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Negociador de criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mineador de criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilista forense com análise de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro trabalhador online (Ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em contabilidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsável de proteção de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auditor de sistemas inteligentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor fiscal com ferramentas de IA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista financeiro com machine learning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de risco com IA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

**PRESTÍGIO** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0 20: Prestígio muito baixo	21 40: Prestígio baixo	41 60: prestígio moderado	61 80: Prestígio alto	81 100: Prestígio muito alto
Negociador de criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minerador de criptomoedas (Ex: Bitcoin)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociador de ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilista forense com análise de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formador de conversa para chatbots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Micro trabalhador Online (Ex: Amazon Mechanical Turk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em contabilidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletor de dados online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corretor de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investidor de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsável de proteção de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de TI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auditor de sistemas inteligentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor fiscal com ferramentas de IA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista financeiro com machine learning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de risco com IA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XIV - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Criatividade e Inovação Empresarial

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Criatividade e Inovação empresarial do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às carreiras digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

:::

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Blogger de culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdo de vídeo online (Ex: Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de fitness nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de viagens nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de moda nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de conteúdo online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunidade nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogador profissional de E-sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de think tank de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de políticas tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de marketing por email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de marketing em motores de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu <sup>\*\*\*</sup>PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

**Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024)

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Pre
Blogger de culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdo de vídeo online (Ex: Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de fitness nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de viagens nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de moda nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de conteúdo online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunidade nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogador profissional de E-sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de inteligência artificial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de tecnologia de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de think tank de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de políticas tecnológicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de Marketing por email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fundador de startup de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XV - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Marketing

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Marketing do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as ocupações **digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 10 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

⋮

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Blogger de beleza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogger de culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdo de vídeo online (Ex: Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de moda nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de conteúdo online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunidade nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comércio eletrônico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de marketing por email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de marketing em motores de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embaixador de marca de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de comércio eletrônico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione, no máximo, 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta (no caso de uma profissão que envolva as redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

\*

**Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Prestígio muito alto
Blogger de beleza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogger de culinária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdo de vídeo online (Ex: Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de moda nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderador de conteúdo online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comunidade nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentador de podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotulador de imagens digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de comércio eletrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de marketing de redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profissional de marketing por email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analista de marketing em motores de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embaixador de marca de tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operador de chatbot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anfitrião de Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendedor de comércio online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Apêndice XVI - Questionário aplicado aos alunos da Licenciatura de Recursos Humanos

## A perspetiva dos estudantes sobre ocupações digitais

O meu nome é Matilde Ribeiro e estou a recolher dados para a elaboração da minha dissertação do Mestrado em Gestão das Organizações - ramo Gestão de Empresas. Este questionário tem como objetivo contribuir para a compreensão da perceção que os estudantes da Licenciatura em Recursos Humanos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) têm sobre as **ocupações digitais**.

A sua participação permitirá obter insights valiosos sobre este tema, nomeadamente quanto à forma como é atribuído prestígio às ocupações digitais, bem como ao grau de interesse demonstrado pelos jovens em seguir percursos profissionais neste domínio.

O preenchimento do questionário demora aproximadamente 5 minutos. Todas as informações recolhidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos, garantindo-se o anonimato e a total confidencialidade das respostas.

Agradeço, desde já, a sua colaboração e disponibilidade!

### 1. Género \*

- Feminino
- Masculino
- Outro

### 2. Faixa etária \*

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

### 3. Ano da Licenciatura que se encontra a frequentar \*

- 1º ano
- 2º ano
- 3º ano

⋮

4. O quanto se sente motivado para seguir uma das seguintes ocupações digitais? \*

	Nada motivado	Pouco motivado	Indeciso	Motivado	Muito motivado	Nunca ouvi falar
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-coach de carreira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professional branding specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em upskilling e reskilling digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdos de desenvolvimento profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em gestão de comunidades profissionais virtuais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influenciador de RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de employee experience digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnico de recrutamento digital e employer branding	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de formação e e-Learning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
People analytics specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de transformação digital em RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RH chatbot specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de cultura organizacional digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em gamificação para RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investigador sobre o futuro do trabalho e digitalização de RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de trabalho sustentável e equidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em ética e IA no trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de programas de empregabilidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em regulação do trabalho digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Para além das ocupações digitais referidas anteriormente, que outras ocupações do âmbito digital são do seu interesse?

Introduza a sua resposta

6. Após terminar os estudos, considera a possibilidade de trabalhar numa ocupação digital na sua área de estudos? \*

- 1 - De forma nenhuma
- 2 - Pouco provável
- 3 - Indeciso
- 4 - Provável
- 5 - Com certeza

7. Quais dos seguintes desafios o(a) fazem hesitar na escolha de uma ocupação na área digital? \*

Selecione um máximo de 3 opções.

- Insegurança da proteção intelectual, da privacidade e dos dados pessoais
- Falta de transparência na recolha e tratamento de dados
- Distribuição limitada ou injusta de recursos
- Encerramento injustificado da sua conta ( no caso de uma profissão que envolva redes sociais)
- Dificuldade em equilibrar a vida profissional e pessoal
- Baixas competências para desempenhar profissões na área digital
- Outra

8. Se respondeu a opção "Outra", especifique abaixo.

Introduza a sua resposta

9. Para cada ocupação listada abaixo, indique como classifica o seu PRESTÍGIO, ao escolher a categoria correspondente na escala abaixo.

\*

**Prestígio** - Entende-se como o status ou a reputação de uma ocupação na sociedade (Newland & Lutz, 2024).

	0-20: Prestígio muito baixo	21-40: Prestígio baixo	41-60: Prestígio moderado	61-80: Prestígio alto	81-100: Prestígio
Operador de entrada de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Coach de carreira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professional branding specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em upskilling e reskilling digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criador de conteúdos de desenvolvimento profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em gestão de comunidades profissionais virtuais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influencer de RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de employee experience digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnico de recrutamento digital e employer branding	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de formação e e-Learning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
People analytics specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de transformação digital em RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RH chatbot specialist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de cultura organizacional digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em gamificação para RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investigador sobre o futuro do trabalho e digitalização de RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultor de trabalho sustentável e equidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em ética e IA no trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestor de programas de empregabilidade digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista em regulação do trabalho digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Apêndice XVII - As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Comunicação Empresarial

*Tabela 19 As ocupações digitais mais e menos conhecidas na Licenciatura de Comunicação Empresarial*

<b>Comunicação Empresarial</b>	<b>Inquiridos (nº)</b>	<b>Inquiridos (%)</b>
Gestor de Marketing Digital	0	0%
Gestor de Marketing de Redes Sociais	0	0%
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	0	0%
Assessor de Comunicação	0	0%
Gestor de Comunicação Interna	0	0%
Relações-públicas	0	0%
Consultor de Comunicação	0	0%
<i>Copywriter</i>	0	0%
Jornalista de Comunicação Empresarial	0	0%
Especialista em <i>Employer Branding</i>	0	0%
Consultor de Gestão de Crises	0	0%
Gestor de Comunicação para RH	0	0%
Especialista em Comunicação de Sustentabilidade	0	0%
Organizador de Eventos Corporativos	1	4,55%

Gestor de Patrocínios e Parcerias	1	4,55%
Analista de Comunicação de Marketing	1	4,55%
Editor de Conteúdo Corporativo	1	4,55%
Gestor de Marca	1	4,55%
Analista de <i>Media</i>	2	9,09%
Redator Empresarial	3	13,64%

## Apêndice XVIII - As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Marketing

*Tabela 20 As ocupações digitais mais e menos conhecidas da Licenciatura de Marketing*

<b>Marketing</b>	<b>Inquiridos (nº)</b>	<b>Inquiridos (%)</b>
<i>Blogger</i> de Beleza	0	0%
<i>Blogger</i> de Culinária	0	0%
Criador de Conteúdo	0	0%
Influenciador de Moda nas Redes Sociais	0	0%
Apresentador de Podcast	0	0%
Gestor de Marketing Digital	0	0%
Gestor de Comércio Eletrónico	0	0%
Gestor de Marketing de Redes Sociais	0	0%
Profissional de Marketing por <i>Email</i>	0	0%
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	0	0%
Embaixador de Marca de Tecnologia	0	0%
Operador de <i>Chatbot</i>	0	0%
Anfitrião de Airbnb	0	0%
Vendedor de comércio eletrónico	1	4,55%
Moderador de conteúdo online	1	4,55%
Gestor de Comunidade nas Redes Sociais	1	4,55%
Rotulador de imagens digitais	4	18,18%

## Apêndice XIX - As ocupações mais e menos conhecidas da Licenciatura de Recursos Humanos

*Tabela 21 As ocupações digitais mais e menos conhecidas na Licenciatura de Recursos Humanos*

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Inquiridos (nº)</b>	<b>Inquiridos (%)</b>
<i>Professional Branding Specialist</i>	0	0,00%
Gestor de <i>Employee Experience</i> Digital	0	0,00%
<i>People Analytics Specialist</i>	0	0,00%
Consultor de Transformação Digital em RH	0	0,00%
Gestor de Cultura Organizacional Digital	0	0,00%
Investigador sobre o Futuro do Trabalho e Digitalização de RH	0	0,00%
Consultor de Trabalho Sustentável e Equidade Digital	0	0,00%
Especialista em Ética e IA no Trabalho	0	0,00%
Operador de Entrada de Dados	4	13,79%
Especialista em Gamificação para RH	4	13,79%

## **Apêndice XX - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução**

*Tabela 22 As ocupações digitais que menos motivam a Licenciatura de Assessoria e Tradução*

<b>Assessoria e Tradução</b>	<b>Média de Motivação (Na escala de 1 a 5)</b>
Operador de <i>Chatbot</i>	2,51
Formador de Inteligência Artificial	2,45
Formador de Conversa para <i>Chatbot</i>	2,31

## **Apêndice XXI - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial**

*Tabela 23 As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Comunicação Empresarial*

<b>Comunicação Empresarial</b>	<b>Média de Motivação (Na escala de 1 a 5)</b>
Especialista em Comunicação de Sustentabilidade	3,09
Jornalista de Comunicação Empresarial	2,95
Editor de Conteúdo Corporativo	2,86
Analista de Comunicação de Marketing	2,62
Redator Empresarial	2,58
Analista de Marketing em Motores de Pesquisa	2,41
Analista de Media	2,40
Copywriter	2,32

## Apêndice XXII - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração

*Tabela 24 As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Contabilidade e Administração*

<b>Contabilidade e Administração</b>	<b>Média de Motivação (Na escala de 1 a 5)</b>
Gestor de TI	2,76
Operador de Entrada de Dados	2,76
Consultor de Tecnologia de Informação	2,73
Consultor de Inteligência Artificial	2,72
Coletor de Dados Online	2,67
Responsável de Proteção de Dados	2,61
Corretor de Dados	2,60
Minerador de Criptomoedas (Ex: Bitcoin)	2,37
Negociador de Criptomoedas (Ex: Bitcoin)	2,35
Formador de Conversa para <i>Chatbots</i>	2,27

## Apêndice XXIII - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Marketing

*Tabela 25 As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Marketing*

<b>Marketing</b>	<b>Média de Motivação (Na escala de 1 a 5)</b>
Criador de Conteúdo Online (Ex: Youtube)	2,86
Vendedor de Comércio Eletrônico	2,82
Apresentador de Podcast	2,82
Influenciador de Moda nas Redes Sociais	2,82
Operador de Chatbot	2,36
Blogger de Beleza	2,32
Blogger de Culinária	1,59

## Apêndice XXIV - As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Recursos Humanos

*Tabela 26 As ocupações que menos motivam a Licenciatura de Recursos Humanos*

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Média de Motivação (Na escala de 1 a 5)</b>
E-coach de Carreira	3,41
<i>People Analytics Specialist</i>	3,38
Criador de Conteúdos de Desenvolvimento Profissional	3,38
Especialista em Gestão de Comunidades Profissionais Virtuais	3,34
Professional <i>Branding Specialist</i>	3,34
Especialista em Ética e IA no Trabalho	3,31
Gestor de Programas de Empregabilidade Digital	3,28
Consultor de Transformação Digital em RH	3,28
Consultor de Trabalho Sustentável e Equidade Digital	3,24
Investigador sobre o Futuro do Trabalho e Digitalização de RH	3,00
Operador de Entrada de Dados	3,00
RH <i>Chatbot Specialist</i>	2,66