

Redes sociais: conteúdo que se conecta com algoritmos – Introdução às redes sociais

Conteúdos

- Uso da internet e das redes sociais no Brasil;
- Intencionalidade e comportamento do usuário;
- Diversidade de plataformas e formatos de conteúdo.

Objetivos

- Analisar o cenário de uso da internet e das redes sociais no Brasil;
- Identificar as diferentes intencionalidades e comportamentos dos usuários em redes sociais;
- Distinguir as características e usos de diversas plataformas de redes sociais.



Acesso à internet no Brasil

No vídeo, temos alguns dados sobre o acesso da população brasileira à internet.

Assista-o com seus colegas para que possamos refletir sobre essas informações.



@TVBRASIL. **Acesso à internet chega a 93% dos brasileiros.** Shorts do YouTube, 26 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/76Y5zaJCbF4>. Acesso em: 12 dez. 2025.



Acesso à internet no Brasil

Em uma roda de conversa, respondam:

1

Vocês costumam acessar a internet? Se sim, como?

2

Quais são as principais atividades que vocês realizam na internet?

3

A forma de acesso e o que vocês fazem online é semelhante ou distinto dos que foi apresentados no vídeo?

Uso da internet no Brasil

No Brasil, a maior parte da população já usa a internet diariamente para:

- acessar serviços públicos e bancários;
- buscar informações;
- interagir nas redes sociais etc.



©Freepik

O **smartphone** é o principal dispositivo de acesso e as **redes sociais** são o uso mais comum.

Para refletir

Quais redes sociais você consegue identificar apenas pelo logo?

Uso da internet no Brasil

As pessoas usam diferentes redes sociais com objetivos distintos, como:



Informar-se



Divertir-se



Interagir socialmente



**Expressar opiniões e
participar de debates**



Trabalhar



Estudar

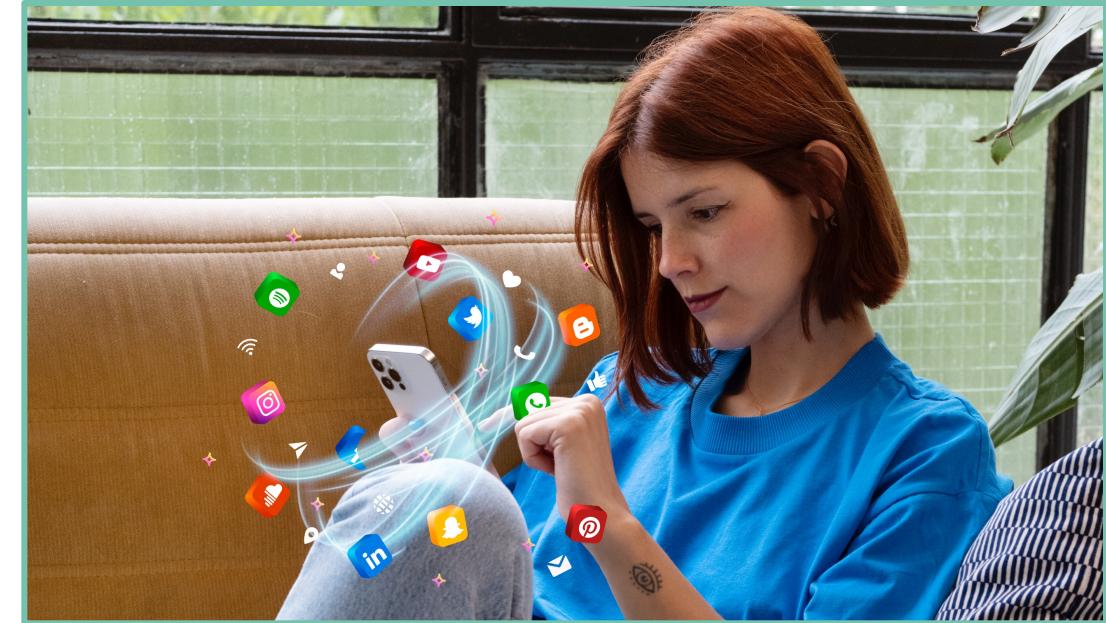
Em duplas, relacionem as redes sociais com o uso principal.

- | | |
|--|---|
| <p>1 Instagram</p> <p>2 Tik Tok</p> <p>3 Youtube</p> <p>4 Twitter/X</p> <p>5 WhatsApp</p> | <p>1 Vídeos curtos e criativos para entretenimento.</p> <p>2 Produzir e assistir a vídeos longos para estudo ou entretenimento.</p> <p>3 Comunicação direta por mensagem de texto, áudio, imagem ou vídeo.</p> <p>4 Fotos, vídeos curtos e stories para expressar estilo de vida.</p> <p>5 Compartilhar opiniões e notícias.</p> |
|--|---|

Seu comportamento nas redes reflete quem você é

Após conhecermos e refletirmos sobre as redes sociais e seus diferentes usos e propósitos, vale lembrar:

O modo como nos comportamos na internet tem impacto em como as pessoas nos percebem na vida real.



©Freepik

Para refletir

Que imagem as suas redes sociais comunicam sobre você?



Sintetizando uma rede social

Juntem-se em duplas, de acordo com as orientações do professor. Após receberem o nome de uma rede social, preencham o quadro a seguir:

Nome da plataforma

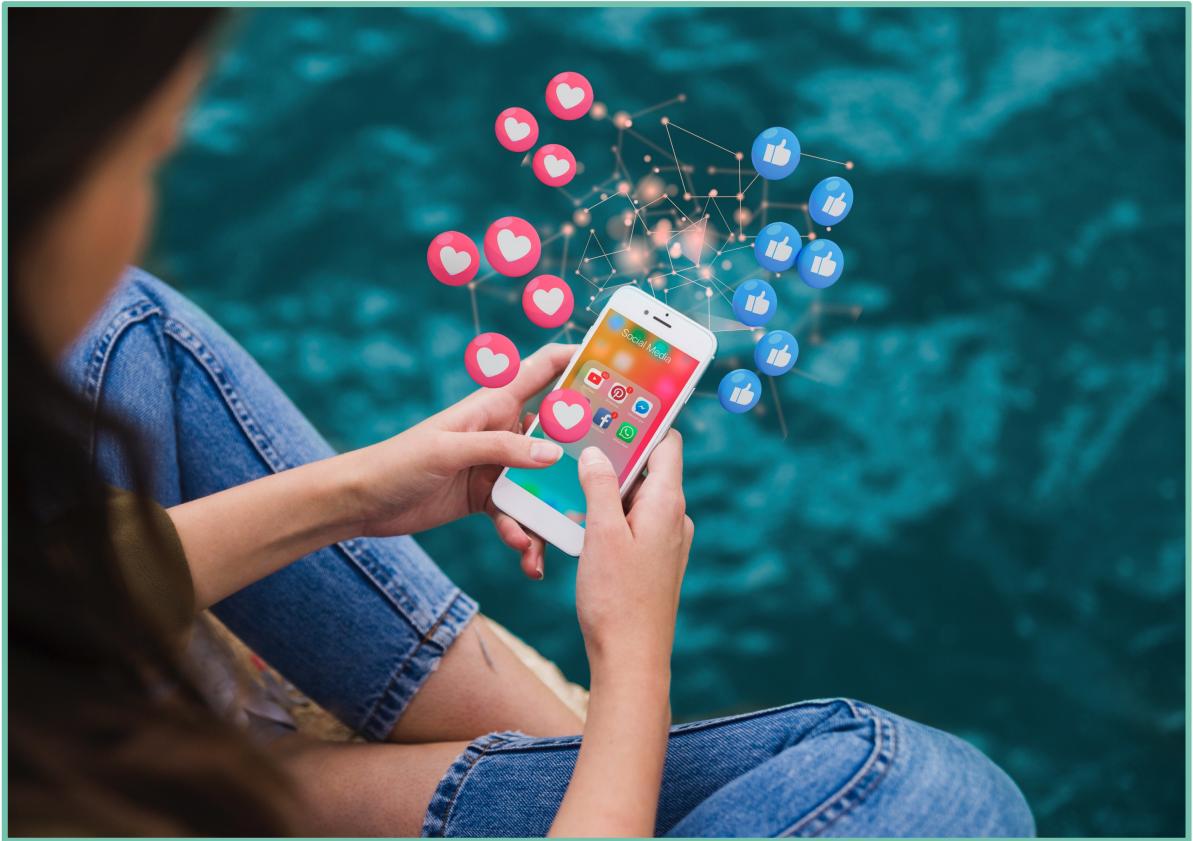
Principais formatos de conteúdo:

Para que as pessoas a utilizam:

Um ponto positivo:

Um ponto de atenção:

Encerramento



Interações nas redes sociais.

©Shutterstock



Nesta aula, vimos que o Brasil é um dos países que mais usa internet e redes sociais no mundo.

Além disso, aprendemos que cada plataforma tem características próprias e atende públicos e objetivos diferentes.

Por fim, refletimos sobre aquilo que escolhemos compartilhar ou não em cada tipo de rede social.

Referências

2026_AF_V1

BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular. **Computação: complemento à BNCC**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/escolas-conectadas/BNCCComputaoCompletoDiagramado.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2025.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Brasil conecta 6,1 milhões de novos usuários à internet em apenas dois anos, aponta IBGE**. 1 ago. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2025/Julho/brasil-conecta-6-1-milhoes-de-novos-usuarios-a-internet-em-apenas-dois-anos-aponta-ibge>. Acesso em: 16 dez. 2025.

GRAN FACULDADE. **Redes sociais**: o que são e como funcionam? 6 set. 2024. Disponível em: <https://faculdade.grancursosonline.com.br/blog/redes-sociais/>. Acesso em: 16 dez. 2025.

LEMOV, Doug. **Aula nota 10 3.0**: 63 técnicas para melhorar a gestão da sala de aula / Doug Lemov; tradução: Daniel Vieira, Sandra Maria Mallmann da Rosa; revisão técnica: Fausta Camargo, Thuinie Daros. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2023.



Referências

2026_AF_V1

ROSEN SHINE, B. Principles of instruction: research-based strategies that all teachers should know. In: **American Educator**, v. 36, n. 1., Washington, 2012. pp. 12-19. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ971753>. Acesso em: 12 dez. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Curriculo Paulista:** etapa Ensino Fundamental. São Paulo: Secretaria da Educação, 2019. Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/Curriculo_Paulista-etapas-Educa%C3%A7%C3%A3o-Infantil-e-Ensino-Fundamental-ISBN.pdf. Acesso em: 12 dez. 2025.



Para professores



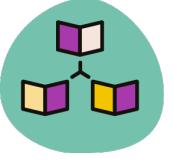
Habilidade:

(EF09CO09) Criar ou utilizar conteúdo em meio digital, compreendendo questões éticas relacionadas a direitos autorais e uso de imagem.

(EF09C010) Avaliar a veracidade, credibilidade e relevância da informação em seus diferentes formatos, sendo capaz de identificar o propósito pelo qual foi disseminada.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

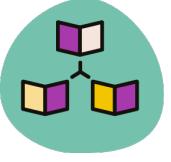
Inicie a aula convidando a turma a assistir a reportagem, em vídeo, sobre o uso da internet no Brasil.

Em seguida, proponha uma rápida roda de conversa para engajar os estudantes em relação ao tema da aula, incentivando que eles compartilhem, de forma respeitosa e amigável, seus hábitos de acesso e uso da internet no cotidiano.

Essa atividade busca gerar engajamento da turma, despertando o interesse de todos pelo tema a ser estudado e proporcionando trocas e reflexões diretamente ligadas à vivência prática dos estudantes com essa tecnologia.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

Apresente os principais usos da internet no Brasil, complementando que esse uso pode variar de acordo com aspectos como: faixa etária e classe social.

Caso haja disponibilidade de tempo, faça uma rápida dinâmica de engajamento com a turma utilizando a imagem do slide e apresentando diversos logotipos de redes sociais, pedindo que os estudantes as identifiquem.

No slide seguinte, ressalte os diferentes usos que as pessoas podem fazer das redes sociais como um todo, destacando que esse uso mudou ao longo do tempo.



Expectativas de respostas:

Espera-se que os estudantes reconheçam algumas das redes pelos logos, e desconheçam outras. Para os casos em que os estudantes não reconheçam o logo, você pode apresentar a rede social em questão. As redes em questão são, na ordem de leitura da imagem:

Snapchat - Lançado em 2011, considerada a rede que inspirou outras plataformas com o envio de fotos, vídeos e mensagens que desaparecem após serem visualizados ou após 24 horas.

Whatsapp - Permite enviar mensagens de texto, fotos, vídeos, áudios, documentos e localização em tempo real. Também oferece chamadas de voz e vídeo, individuais ou em grupo.

Youtube - Uma das maiores plataformas de vídeos online do mundo, permite que usuários assistam, criem e compartilhem conteúdo em vídeo. Fundada em 2005 e comprada pelo Google pouco mais de um ano depois, em 2006.

Dribbble - Rede de autopromoção e portfólio onde designers compartilham seu trabalho, como gráficos, animações e logotipos.

Twitter (X) - Conhecida por ser uma rede de mensagens curtas em tempo real, muito usada para acompanhamento de notícias e eventos. Comprada em 2022 pelo bilionário Elon Musk, passou por uma reformulação em 2023 e mudou o nome para “X”.

Facebook - Plataforma usada para conectar pessoas, compartilhar conteúdo (fotos, vídeos e textos) e interação por meio de mensagens e reações. Além do feed de notícias, oferece recursos como mensagens instantâneas, serviço de compra e venda e grupos.

Instagram - Permite o compartilhamento de conteúdo visual, como fotos e vídeos curtos, além de legendas e edições simples. Amplamente utilizado por indivíduos, empresas e criadores de conteúdo para expressão pessoal, marketing e comunicação através de curtidas e comentários.

Tik Tok - Aplicativo usado para compartilhar vídeos curtos, geralmente com música, filtros e outros efeitos. Possui conteúdos muito diversos que incluem dublagens, coreografias e comédias virais.

Behance - Rede de sites e serviços especializada em autopromoção para a comunidade criativa. Permite que designers, ilustradores, fotógrafos e outros artistas criem portfólios públicos online.

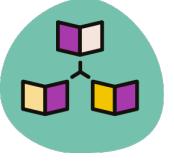
Pinterest - Usada como uma plataforma de busca visual, ajuda usuários a encontrar inspiração e ideias para decoração, moda, viagens e muito mais. Com funções para salvar e organizar seus interesses, também funciona como uma “vitrine” para anunciantes de produtos.

Linkedin - Amplamente utilizado por recrutadores para encontrar e selecionar candidatos a vagas de emprego, funciona como um currículo online dinâmico, onde usuários podem detalhar suas experiências, habilidades e formação acadêmica.

Spotify - Serviço de streaming de áudio e mídia (músicas, podcasts e vídeos). Um dos maiores provedores de streaming de música do mundo.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

Nesta atividade, solicite que os estudantes relacionem, de forma espontânea e dinâmica, cada rede social ao seu uso mais convencional.

Considere que **o uso de cada rede não é único**, sendo bastante possível que muitos estudantes se manifestem questionando o uso de determinada rede forma diferente. Deixe que se manifestem e explique que esses são apenas os propósitos de criação de cada uma dessas redes, que explicam suas ferramentas e mecânicas de funcionamento, mas não impedem um uso criativo ou diferente do exposito.



Respostas possíveis

Instagram: fotos, vídeos curtos e stories para expressar estilo de vida.

Tik Tok: vídeos curtos e criativos para entretenimento.

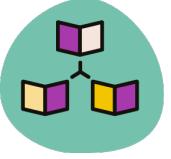
YouTube: produzir e assistir vídeos longos para estudo ou entretenimento.

Twitter/X: compartilhar opiniões e notícias.

WhatsApp: comunicação direta por mensagem de texto, áudio, imagem ou vídeo.



Tempo: 5 minutos.



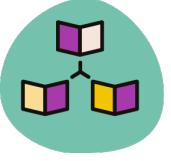
Dinâmica de condução:

Para dar um fechamento às reflexões propostas durante a aula, leve os estudantes a refletirem sobre seus comportamentos nas redes sociais, retomando as ideias de empatia e de respeito para uma boa cultura digital.

Além disso, é fundamental que eles percebam que as redes sociais mostram apenas uma parte da realidade, e que as pessoas escolhem aquilo que desejam compartilhar ou não, e essas informações e comportamentos podem variar de acordo com o propósito de cada rede.



Tempo: 15 minutos.



Dinâmica de condução:

Organize as duplas como desejar, ou, se preferir, deixe que os estudantes se organizem sozinhos. Se alguém ficar sem dupla, forme um trio.

Para facilitar, podemos usar a lista de redes sociais mencionadas na seção Foco no conteúdo, mas não é necessário limitar-se a elas.

Cada dupla deverá receber o nome de uma rede social, via sorteio ou atribuição simples, de modo que as redes escolhidas não se repitam muitas vezes. Foque em diversificar as opções para que eles possam explorar o máximo de opções possíveis.



Exemplo de resposta:

Nome da plataforma: Tik Tok, Instagram, WhatsApp etc. Aqui, o professor pode adaptar e trazer para os alunos as redes sociais que mais façam sentido para o contexto da turma.

Principais formatos de conteúdo: vídeos curtos, vídeos longos, stories, fotos, textos, lives (transmissões ao vivo), áudios, podcasts, enquetes, conversas, ligações etc.

Para que as pessoas a utilizam: as pessoas usam a rede social Instagram para compartilhar imagens e vídeos curtos, com foco em entretenimento. (Outras redes sociais podem ter outros propósitos, como aprendizado, troca de informações, conversas e interações sociais, debates, divulgação profissional, divulgação científica etc.)

Um ponto positivo: o Instagram oferece uma boa arquitetura para conteúdos em imagem, possibilitando o desenvolvimento e divulgação de perfis artísticos e portfólios.

Um ponto de atenção: a plataforma não dá grande ênfase textos e conteúdos escritos, não sendo adequada para quem deseja escrever textos longos e mais complexos.



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

start
by alura