

Redes sociais: conteúdo que se conecta com algoritmos – Algoritmo das redes sociais

Conteúdos

- Algoritmos de redes sociais;
- Interesse, engajamento e relevância;
- Criação e consumo de conteúdo digital.

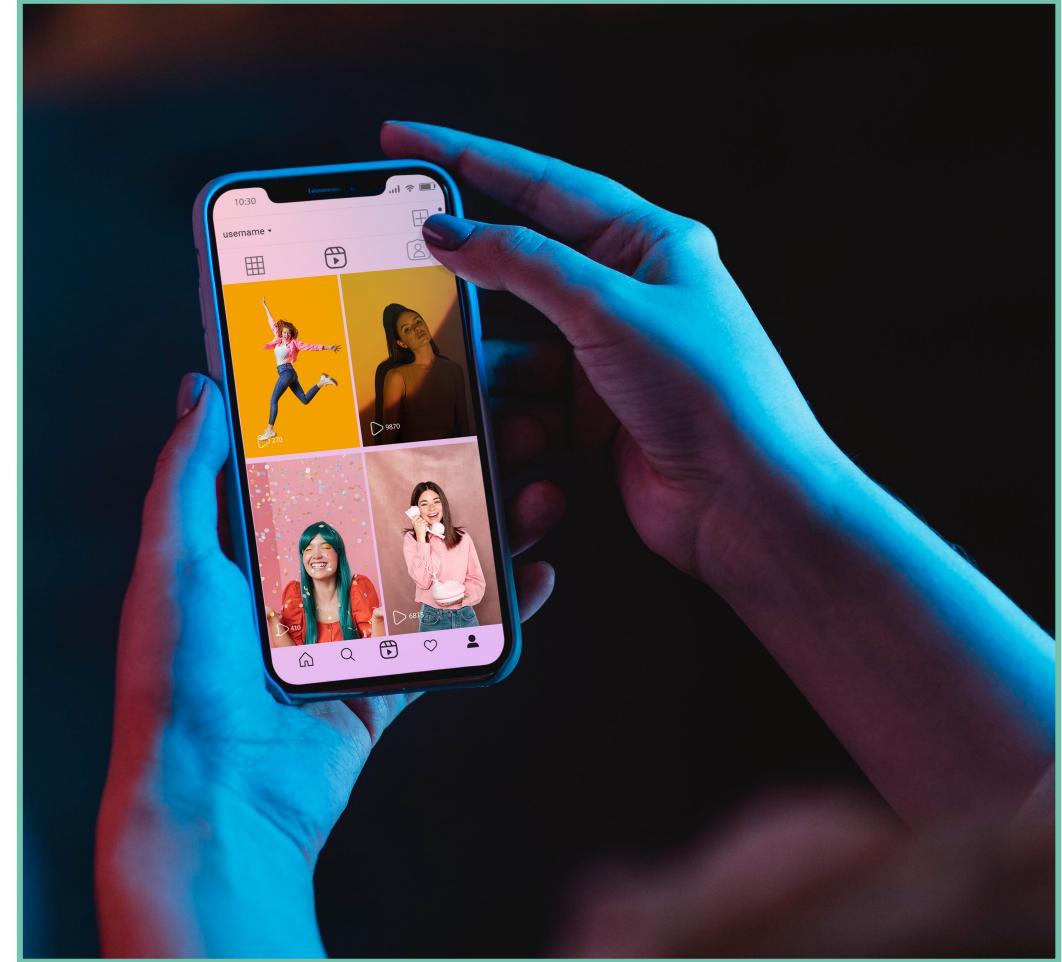
Objetivos

- Explicar o conceito de algoritmo no contexto das redes sociais;
- Analisar os fatores que influenciam a entrega de conteúdo pelos algoritmos;
- Identificar estratégias para criar conteúdo com potencial de viralização.

Para começar

As **redes sociais** são plataformas cuja premissa é a **interação entre pessoas**. Tendo isso em mente, responda:

- Você utiliza redes sociais?
- Ao abrir sua rede social favorita pela última vez, qual foi o primeiro conteúdo que apareceu?
- Por que você imagina que um conteúdo, e não outro, aparece para você?

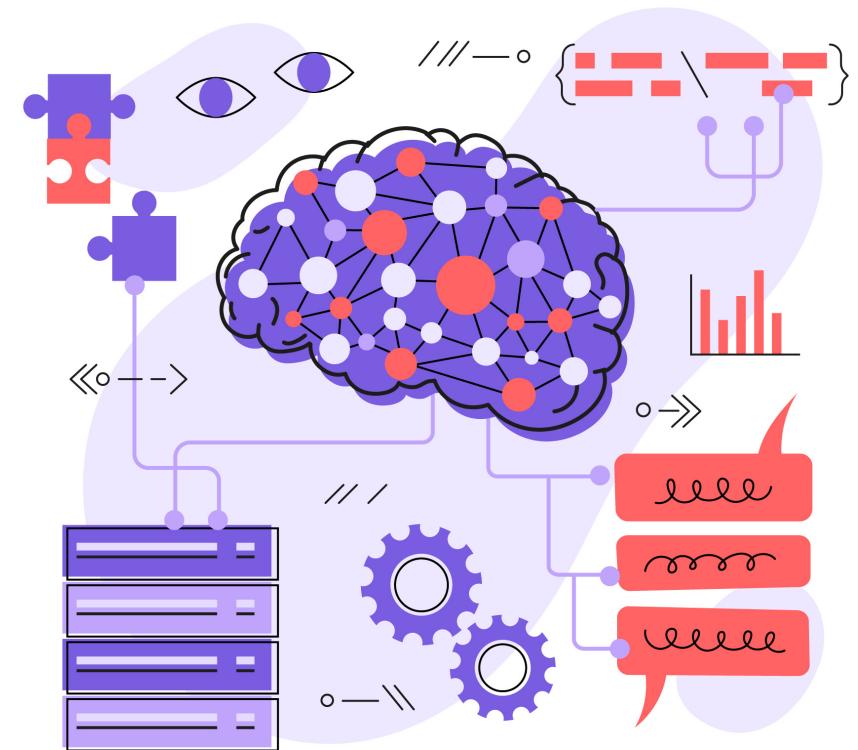


© Freepik

Algoritmo nas redes sociais

Em programação, um algoritmo é uma sequência de instruções com uma finalidade específica.

Nas redes sociais, eles se baseiam em cálculos e sequências complexas de ações, agindo como o “cérebro” da rede.



Destaque

Assim, eles são capazes de **analisar o comportamento dos usuários**, selecionando conteúdos personalizados a partir de interações como comentários e curtidas.

Como o algoritmo “aprende” sobre você

Para decidir o que entregar para cada usuário, o algoritmo das redes sociais observa três fatores:



Interesse: atenção que damos a um conteúdo ao assistir um vídeo até o final ou rever uma postagem.



Engajamento: toda forma de interação como curtir, comentar, compartilhar, repostar ou salvar um conteúdo.



Relevância: a popularidade do conteúdo e o volume de interações que ele recebe.

Como o algoritmo “aprende” sobre você

Outros fatores que também
são relevantes para o
algoritmo:

- 1** Tempo de visualização.
- 2** Frequência de postagens.
- 3** Cliques em anúncios.
- 4** Interação com outros usuários ou criadores (mensagens, curtidas).
- 5** Uso de músicas, hashtags, repostagens e outras tendências.



Levando todos esses fatores em consideração, preencha, em seu caderno, o seguinte quadro sobre seu próprio comportamento nas redes sociais:

Com quais páginas ou perfis você mais interage?

Que tipo de conteúdo é mais mostrado em sua timeline?

Com quais conteúdos você interage por meio de curtidas?

Com quais conteúdos você interage por mensagens ou comentários?

Quais anúncios aparecem para você com mais frequência?

Comparem seus hábitos e comportamentos com os de seus colegas.

Os algoritmos das redes sociais

Após refletir sobre como você interage com os conteúdos das redes sociais, vamos compreender melhor como esses algoritmos funcionam.

Eles contam com um modelo de inteligência artificial focado em aprender com dados, chamado *Machine Learning* (aprendizado de máquina). Eles funcionam, de forma simplificada, em quatro fases:

- 1 Receber grandes volumes de dados.**
- 2 Encontrar relações e padrões nesses dados.**
- 3 Sintetizar um modelo a partir desses padrões.**
- 4 Usar o modelo para fazer previsões ou tomar decisões sobre novos dados.**

E viralizou!

Tendo em vista o comportamento das pessoas e dos algoritmos nas redes sociais, para que uma postagem se torne **viral**, ela precisa:

- Prender a atenção logo no início.
- Ter um público-alvo claro.
- Abordar um tema relevante no momento.
- Evocar emoções do público (curiosidade, humor, surpresa etc.).





Criando um conteúdo viral

Em grupos, vamos criar a ideia de um conteúdo digital com potencial de viralização!

Pensando nos três fatores analisados pelo algoritmo (interesse, engajamento e relevância) e em seu funcionamento, o grupo deve definir as informações a seguir para elaboração de um conteúdo:



©Freepik



- 1** Tema do conteúdo.
- 2** Plataforma escolhida.
- 3** Gancho inicial ou chamada.
- 4** Conteúdo principal.
- 5** PÚBLICO-ALVO e estratégias para engajamento.



FICA A DICA

Fica a dica: anote todas essas informações em seu caderno. Se quiser, faça desenhos ou esboços das ideias do grupo!

Nesta aula, vimos que:

1

Algoritmos são um conjunto de regras que reagem ao comportamento dos usuários nas redes sociais.

2

Esses algoritmos aprendem a partir das interações dos usuários e selecionam os conteúdos que possam agradar e gerar maior engajamento.

3

Conteúdos virais possuem algumas características específicas, como público-alvo bem definido, um bom gancho inicial e um tema relevante do momento.

Para refletir



Você controla o algoritmo ou o algoritmo controla você?

Referências

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.

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.

ROSENSHINE, 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: 21 ago. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista:** etapa Anos Finais. Brasília: Secretaria da Educação, 2019. Disponível em: <https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2019/09/curriculo-paulista-26-07.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.



Para professores



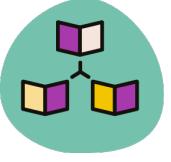
Habilidade:

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

Para iniciar a aula, sugere-se uma rápida roda de conversa na qual os estudantes possam, coletivamente, compartilhar suas percepções individuais sobre os conteúdos que acessam em suas redes sociais.

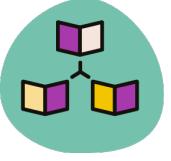
Para fomentar o debate, utilize as perguntas de engajamento, promovendo interação e incentivando que os estudantes ouçam seus colegas e compartilhem suas percepções de forma respeitosa.

O objetivo deste aquecimento é que eles percebam, de forma orgânica, que as redes sociais personalizam os conteúdos que são exibidos a partir das interações e perfis de cada usuário, engajando-os no tema dos algoritmos, a ser abordado nesta aula.

É importante não fazer julgamentos sobre o conteúdo trazido pelos estudantes ou sobre seus gostos pessoais, além de não permitir que eles façam comentários maldosos sobre as preferências dos colegas.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

Explique de forma breve o que é um algoritmo de programação: uma sequência lógica e finita de passos para resolver um problema ou executar uma tarefa. A analogia mais comum para esse entendimento é imaginar o passo a passo de uma receita culinária. O algoritmo de programação diz, em detalhes e na ordem correta, como cada coisa deve ser feita, até alcançar o resultado desejado da receita.

Em seguida, especifique que os algoritmos das redes sociais são poderosos e complexos, sendo capazes de medir cada interação que um usuário realiza em uma rede social.

Cada um dos três fatores apresentados representam uma forma de coleta de dados para análise dos algoritmos e podem ser usados individualmente ou em conjunto.

Utilize os tópicos dos slides dessa seção para ilustrar a forma como os algoritmos extraem dados e informações dos usuários para personalizar o conteúdo apresentado a cada um deles.



Aprofundamento:

Para entender um pouco mais sobre algoritmos de programação, assista ao vídeo.

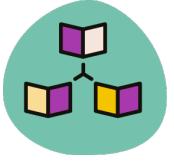
Link para vídeo



Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=HKImIW-gP7k&t=405s>.
Acesso em 18 dez 2025.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

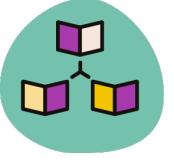
Solicite que, individualmente, os estudantes preencham o quadro proposto, refletindo sobre como suas interações nas redes sociais influenciam o conteúdo que aparece para eles.

Caminhe pela sala tirando dúvidas enquanto eles escrevem e incentivando-os a manter o foco nas anotações, se necessário.

Permita que os estudantes comparem seus hábitos de interação com os de um colega. O objetivo é que eles percebam que o funcionamento desses algoritmos é real e que nenhum conteúdo é mostrado para eles por acaso ou viraliza de forma espontânea.



Tempo: 20 minutos.



Dinâmica de condução:

Organize a turma para trabalhar em pequenos grupos. Esse formato valoriza a discussão de ideias e estimula o trabalho em equipe e a colaboração.

Oriente os estudantes a chearem a um consenso sobre um tema específico e pensar em todos os elementos propostos para a criação de um conteúdo com potencial de viralização.

Quando necessário, faça intervenções nos grupos relembrando o funcionamento dos algoritmos ou solicitando que os estudantes reflitam sobre o modo como eles próprios interagem nas redes.

Estimule a empatia, o respeito e a colaboração entre os estudantes.



Expectativas de respostas:

Tema do conteúdo: humor, jogos, estudo, curiosidades, bem-estar e saúde etc.

Plataforma escolhida: Instagram, Tik Tok, Youtube etc. (Observar que a escolha da plataforma influencia no formato do conteúdo, tendo em vista que o YouTube aceita apenas conteúdos em vídeo, enquanto o Instagram prioriza imagens e o Substack prioriza textos, por exemplo. Se necessário, leve os estudantes a refletir sobre os tipos de redes sociais, como visto na aula passada.)

Gancho inicial: frase impactante, ação rápida, pergunta impactante ou abertura de vídeo chamativa. (Ex.: “Cinco dicas fundamentais para um bom sono.”; “Top cinco melhores jogos de 2025”; “Descubra porque Stranger Things é uma série tão impactante!”)

Conteúdo principal: espera-se que os estudantes consigam descrever os tópicos principais que serão abordados no conteúdo, como dicas, argumentos ou listas. Observar que o conteúdo deve estar adequado ao formato da plataforma, não sendo muito longo ou muito curto, e deve ter conexão com algum acontecimento do momento.

Estratégias para engajamento: uso de hashtags sobre o assunto, música tendência, caixa de perguntas ou outros recursos, a depender da plataforma escolhida.



Em 2020, a Netflix lançou o ótimo documentário “O dilema das redes”, que explica de forma bastante didática e visual sobre como os algoritmos trabalham para “prender” a atenção das pessoas. O documentário conta com entrevistas com alguns dos principais responsáveis por ferramentas de interação que se tornaram padrão no mundo todo, como o idealizador do botão de “like” do Facebook. O documentário é indicado para maiores de 10 anos.

Importante:

O tópico de Educação Midiática relacionado a algoritmos e redes sociais será abordado com mais profundidade em aulas posteriores.



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

start
by alura