

Módulo 4 | Quem sou eu nas redes sociais

Orientações para aplicação do conteúdo formativo

MATERIAIS DISPONÍVEIS

- Apresentação em slides para oficinas e palestras;
- Este PDF com instruções e sugestões para o uso dos slides;
- Cartilha digital para o público 60+ (pode ser impressa);
- Vídeo introdutório ao tema.

Caro(a)icineiro(a),

Este material orienta a aplicação do conteúdo da formação *Quem sou eu nas redes sociais: oportunidades e desafios*, módulo 4 do programa EducaMídia 60+, voltado ao letramento midiático e informacional de pessoas com mais de 60 anos.

Aqui você encontrará um detalhamento do conteúdo pedagógico desenvolvido no formato de slides para discutir e problematizar possibilidades de expressão e comportamentos adotados nas redes sociais.

Assim, este módulo tem como **objetivos**:

- Compreender o papel das redes sociais na sociabilidade e na produção, disseminação e recepção de informações.
- Identificar as possibilidades de expressão nas redes sociais e o papel da imagem nesse contexto.
- Refletir sobre os significados de curtir, comentar e compartilhar conteúdos nesses espaços de interação.

Assim, os **conteúdos** abordados nesta atividade serão:

- Por que estamos nas redes sociais?
- O que é possível fazer nas redes sociais?
- Aspectos positivos e negativos desses espaços de interação.
- Ler e escrever nas redes sociais: hipermídia e linguagem híbrida.
- Influenciadores digitais.
- Curtir, comentar e compartilhar.

No quadro a seguir você encontra orientações acerca dos slides que compõem a apresentação deste módulo. Fique à vontade para customizar o conteúdo conforme as necessidades do seu grupo e o nível de letramento midiático, por exemplo, selecionando apenas alguns dos tópicos do material, em vez de aplicá-lo na íntegra.

Estimamos que a oficina completa dure **entre 60 e 90 minutos**, a depender das intervenções do grupo ou da necessidade de tempo para a prática. Isso deve ser avaliado por você antes da realização do encontro. Boa atividade!

 <p>The slide features a hand pointing towards a network of nodes and megaphone icons. The text 'EducaMídia 60+' is in the top left, and 'Quem sou eu nas redes sociais? Oportunidades e desafios' is at the bottom.</p>	<p>Quem sou eu nas redes sociais? Dê as boas-vindas ao grupo, apresente-se (caso não conheça a turma) e explique os propósitos desta atividade. Ler os objetivos da formação, descritos acima, é uma forma de deixar claro o que se espera do encontro.</p>
 <p>The slide shows hands holding a tablet with various social media icons floating above it. The text 'Por que estamos nas redes sociais?' is at the top.</p>	<p>Por que estamos nas redes sociais? A pergunta do slide pode fomentar um debate inicial. Trata-se de uma maneira de saber quais participantes têm perfis nas redes e por que os utilizam. Você pode ainda perguntar quem não está nas redes sociais e por que decidiram não usar esse recurso. Você pode promover uma discussão inicial de até 10 minutos acerca dessas questões.</p>
 <p>The slide lists three points about social media services next to a collage of social media icons. The text is: 'Redes sociais são serviços que permitem: — ter um perfil; — acessar, compartilhar e produzir informações; — buscar e receber recomendações de novas conexões.'</p>	<p>Redes sociais são serviços que permitem... Aqui, procuramos explicar concretamente o que é uma rede social e, em linhas gerais, o que é possível fazer a partir dela.</p>

Nas redes sociais podemos...

- dialogar com especialistas;
- acompanhar ídolos;
- conhecer diferentes pontos de vista;
- participar de debates;
- criar campanhas;
- mobilizar pessoas;
- aprender coisas novas.



Nas redes sociais podemos...

Neste slide, apresentamos os benefícios de usar redes sociais. Caso o debate provocado anteriormente não tenha sido produtivo, você pode perguntar aos participantes quais itens deste slide eles costumam praticar mais nas redes sociais. Do contrário, basta ler os tópicos e estar aberto a possíveis intervenções do grupo.

Nas redes, no entanto...

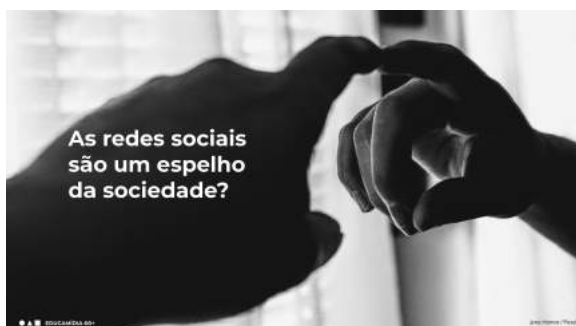
- nos deparamos com opiniões pouco ou nada embasadas;
- podemos ser enganados por fake news e outros tipos de desinformação;
- temos contato com discussões nada civilizadas.



Nas redes sociais, no entanto...

Este slide apresenta aspectos negativos das redes sociais. O conteúdo é polêmico e pode gerar mais debate que o slide anterior. Se considerar oportuno, pode perguntar aos participantes se já vivenciaram alguma das experiências abordadas nos itens e como se sentiram na ocasião. Caso essas situações já tenham sido abordadas nas discussões anteriores, apenas leia os tópicos, faça breves comentários e siga adiante.

As redes sociais são um espelho da sociedade?



As redes sociais são um espelho da sociedade?

Este é mais um momento para ouvir o grupo. A partir dos pontos positivos e negativos vistos anteriormente, é possível afirmar que os comportamentos e conteúdos que vemos nesses espaços refletem o que a sociedade é? Acolha algumas respostas. Caso entenda que a discussão anterior já rendeu o suficiente, pule este slide e siga adiante.

Ler e escrever nas redes

As redes sociais são espaços hipermediáticos.

— **Hipermidia:** uma mesma plataforma reúne diferentes mídias, que podem ser vinculadas entre si, por meio de links e hashtags.

Video



Texto



Hashtags

Ler e escrever nas redes

A partir daqui, até o slide 12, abordamos as linguagens e formas de expressão possíveis nas redes sociais. Diga ao grupo que este é o momento de observar as possibilidades de produção, difusão e recepção de conteúdos nesses espaços. Inicialmente, afirmamos que as redes sociais são espaços hipermediáticos. Isso quer dizer que são plataformas nas quais é possível reunir diferentes mídias, que estabelecem relação entre si. Para exemplificar essa característica, apresentamos uma imagem do Instagram

do EducaMídia 60+ que demonstra que nesta rede os conteúdos são prioritariamente imagéticos, com fotos ou vídeos, mas que o texto também está presente, assim como as hashtags, que não são apenas textos, mas palavras-chave que criam um rastro nas redes e que classificam o conteúdo postado, ajudando pessoas a encontrar conteúdos específicos nessa rede social.



Texto + imagem!

Neste slide chamamos a atenção para a linguagem híbrida que permite não apenas unir texto e imagem em uma mesma plataforma, mas também combinar ambas as linguagens em uma mesma mensagem, como é o caso dos memes, que só fazem sentido com imagem e texto juntos. No meme que exibimos no slide, temos a imagem da cientista polonesa Marie Curie, primeira mulher a ganhar um Prêmio Nobel, vencendo-o duas vezes em duas diferentes categorias científicas. A segunda imagem é uma postagem na página do Facebook do Instituto Palavra Aberta. Nesse contexto, apresentamos uma imagem que combina elementos visuais com texto, estratégia muito utilizada por vários canais de comunicação para disseminar conteúdos breves.



Neste slide, lembramos que algumas redes sociais, como o YouTube e o Instagram, priorizam a imagem como mensagem principal. O texto, nessas redes, serve para contextualizar, introduzir ou complementar a mensagem imagética. Nos exemplos exibidos, temos um vídeo de Flávia Aida, exibido no Canal Ávida, e uma foto de um prato postado no perfil @alhocebola, do Instagram.

<p style="text-align: center;">Texto como integrante da imagem</p>  <p style="text-align: center;">Mensagens híbridas (imagem + texto)</p>	<p>Texto como integrante da imagem</p> <p>Neste slide, mostramos outros exemplos em que o texto integra imagens, adequando-se ao formato de redes sociais que priorizam essa forma de expressão. Chame a atenção para a relação entre texto e imagem estabelecida nos exemplos e questione o público se a mensagem seria a mesma caso texto e imagem fossem separados e se a mensagem faria sentido sem texto ou sem imagem.</p>
<p style="text-align: center;">Texto como integrante da imagem</p> 	<p>Texto como integrante da imagem</p> <p>Aqui, mostramos aos participantes a intenção de cada uma das mensagens. Deixe claro que mensagens com quaisquer finalidades podem ser abordadas nesse formato. Se considerar conveniente, explique que essa forma de expressão, mais breve e objetiva, não exclui outros formatos, como textos mais longos e vídeos mais demorados, por exemplo. A combinação texto + imagem, no entanto, pode ser encarada como uma forma de qualificar as mensagens nesses espaços concebidos para publicar e consumir imagens rapidamente.</p>
	<p>A intenção deste slide é demonstrar que em outras redes sociais, como o Facebook, a imagem também tem um espaço bastante privilegiado. Apesar de as postagens serem encabeçadas por textos e de haver a possibilidade de publicar apenas texto no Facebook, as imagens geram mais engajamento nas redes sociais. Isso quer dizer que elas atendem à expectativa da lógica de programação, que faz com que a publicação seja mais vista por nossa rede de contatos. Além disso, as imagens comunicam mais rapidamente que o texto, sendo elas responsáveis, em muitas ocasiões, por despertar o desejo das pessoas em ler o que está escrito.</p>



Quem tem voz nas redes sociais?

Neste slide, questionamos o grupo sobre o tipo de pessoa que tem mais visibilidade nas redes sociais. Abra espaço para uma breve discussão de até 10 minutos sobre isso. O intuito, a partir daqui, será dizer que apesar de haver pessoas famosas, com mais seguidores nas redes, todas as pessoas que estão nesse espaço têm a possibilidade de afetar sua rede de contatos a partir de suas postagens. E isso requer muita responsabilidade.



Influenciadores (digital influencers)

- Pessoas que têm milhares ou milhões de seguidores.
- Capazes de influenciar o comportamento de seus seguidores.
- Relações comerciais nem sempre claras.

Neste slide, abordamos a figura do influenciador digital, descrevendo suas características e papel nas redes sociais, nos dois primeiros itens. No último item chamamos a atenção para a falta de clareza de muitos influenciadores que, muitas vezes, fazem postagens divulgando serviços e produtos, mas são remunerados por isso, justamente em razão da sua capacidade de chegar a muitas pessoas pelas redes sociais. Esse tipo de conteúdo, por não explicitar uma relação comercial, deixa a dúvida se o influenciador ou influenciadora em questão fazem essas divulgações por afinidade e convicção ou como prestação de serviço publicitário. Isso deixa a identificação do teor dos conteúdos mais difícil, diferentemente dos intervalos comerciais na TV e no rádio, cujos espaços são bem delimitados nas programações.



Curtir e compartilhar = concordar.

Aqui, chamamos a atenção para o significado de curtir e compartilhar conteúdos. Pergunte aos participantes se entendem que curtir e compartilhar significa, de fato, concordar com o conteúdo.



Curtir e compartilhar = informação.

— A partir do nosso comportamento nas redes, os algoritmos entendem que tipo de conteúdo tem mais chance de nos agradar.

Curtir e compartilhar = informação

Aqui, nossa intenção é dizer que nossas reações aos conteúdos das redes sociais são informações sobre nós, identificadas pela inteligência artificial das plataformas, que são os algoritmos, que processam curtidas, compartilhamentos e palavras que usamos em nossas postagens e mensagens como pistas sobre o que nos agrada. Dessa forma, curtir e compartilhar é uma demonstração dos tipos de conteúdos que mais gostamos e nos fazem permanecer conectados. O lado bom disso é o permanente contato com conteúdos que gostamos. No entanto, isso nos fecha em “bolhas informacionais”, se temos o hábito de apenas consumir o que as redes apresentam, sem buscar informações contraditórias em buscadores e outras páginas da internet.



— Conectar.
— Comunicar.
— Aprender.
— Mobilizar ou engajar.

Por fim, lembramos das possibilidades que as redes nos oferecem de nos conectarmos com pessoas que admiramos, de nos comunicarmos rapidamente com as pessoas, de aprender com as pessoas e instituições que seguimos nas redes, bem como de mobilizar e engajar nossos contatos a partir dos conteúdos que postamos. Tudo isso é muito positivo, desde que feito com atenção e cuidado.

Como usamos as redes?

Vamos refletir sobre os conteúdos que produzimos sobre nós ou sobre o mundo nas redes. Discuta com um colega:

- O que você costuma divulgar sobre você ou seus familiares e amigos nas redes sociais? Com que propósito você faz isso?
- Quais devem ser os limites para a exposição da vida pessoal nas redes? Por quê?
- Com qual intenção você geralmente curte ou compartilha uma postagem nas redes sociais? Como espera que essas atitudes sejam interpretadas por quem segue você?

Como usamos as redes?

Para finalizar o encontro, propomos uma discussão sobre o uso que o seu grupo faz das redes sociais, com três questões norteadoras. Se seu grupo tem mais de 20 pessoas, você pode separá-lo em subgrupos para discutir as perguntas, elegendo um relator para cada grupo, a fim de sistematizá-las. A discussão pode ocorrer entre 15 e 20 minutos. Ao final, o relator de cada subgrupo apresenta para todo o grupo os principais pontos para cada questão, em 2 minutos cada um. Após a fala do último relator, busque identificar e compartilhar as convergências de todos os subgrupos

	numa fala final, buscando evidenciar pontos em comum para atitudes responsáveis e equilibradas nas redes.
--	---