

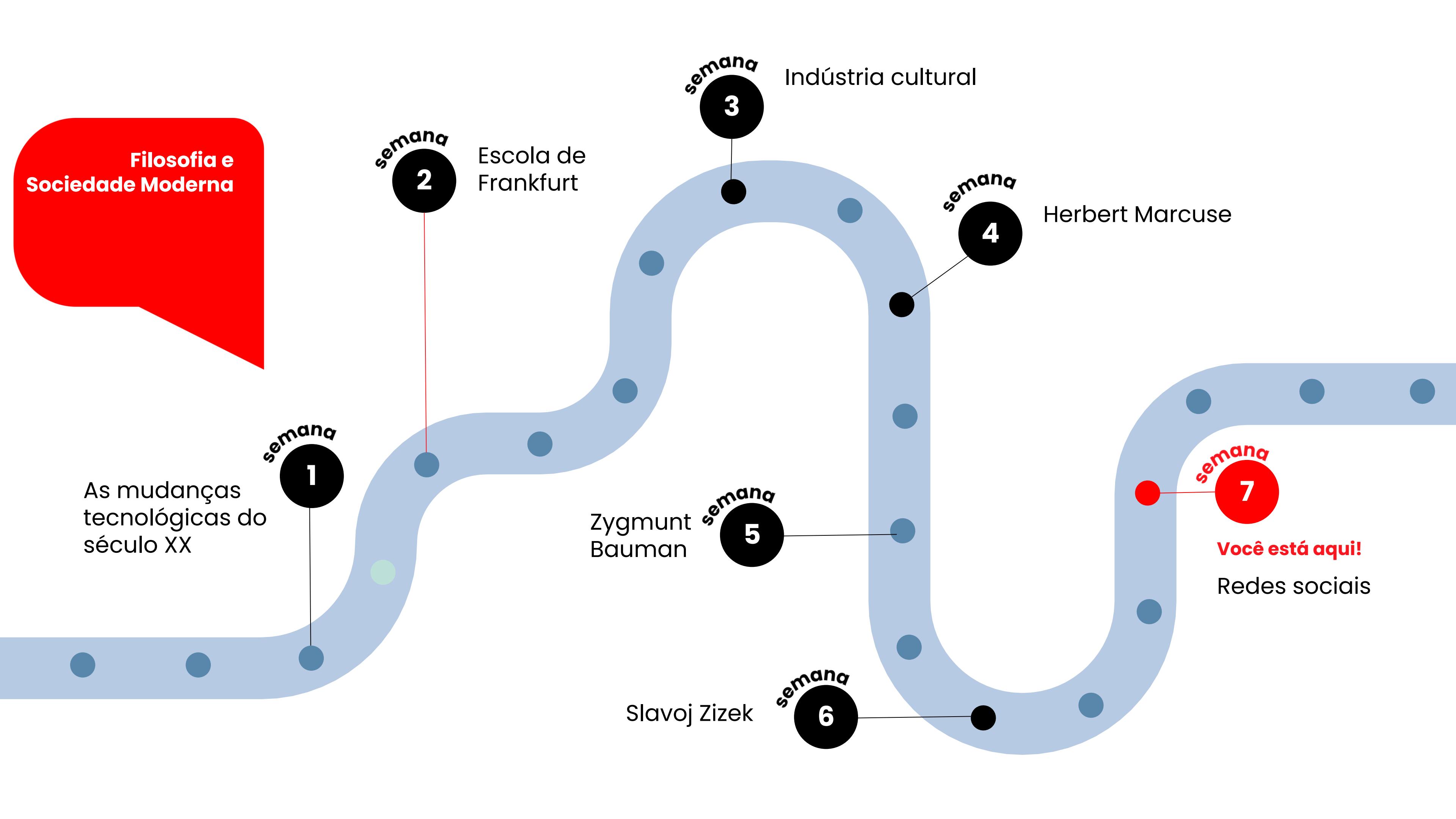
# **Filosofia e Sociedade Moderna**

**Utilizando a tecnologia para ampliar sua  
voz**

**Redes sociais e suas dinâmicas**

Aula 13

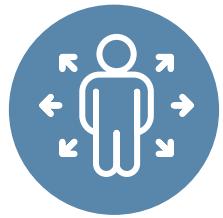
**Ensino Médio – 3<sup>a</sup> Série  
2º bimestre**





## Objetivos da aula

- Compreender as redes sociais como um meio de comunicação historicamente delimitado.
- Elaborar crítica às relações contemporâneas.



## Habilidades

- (EM13CHS106) Utilizar as linguagens cartográfica, gráfica e iconográfica, diferentes gêneros textuais e tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais, incluindo as escolares, para se comunicar, acessar e difundir informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva. (SÃO PAULO, 2020)



## Conteúdos

- A emergência das redes sociais e suas dinâmicas.



## Recursos didáticos

- Computador com projetor e som.



## Duração da aula

50 minutos



CANAL DO CORTELLA. Será? Questione tudo! – redes sociais e o pensamento crítico. Disponível em:  
<https://youtu.be/kIcQwZPV3NU?si=ROGJaLqiLTYzIx2K>. Acesso em: 22 jan. 2025.



## Ponto de partida

### **Após assistir ao vídeo do filósofo Mario Sergio Cortella, debata em turma:**

1. A profissão de influenciador pode ser vista como uma nova forma de "educação"? Em que aspectos ela se aproxima ou se afasta das práticas filosóficas tradicionais, como o diálogo e a busca pelo conhecimento?
2. Quais são os riscos de seguir influenciadores que apresentam suas ideias como verdades absolutas? Como o questionamento filosófico pode ajudar a evitar uma visão acrítica do que é consumido on-line?
3. Em alguns momentos do vídeo, aparece uma mensagem avisando que aquele conteúdo é autêntico e que é preciso tomar cuidado com falsos vídeos, que foram gerados por IA. Levante hipóteses: por que o canal de Mario Sergio Cortella colocou essa mensagem?

VIREM E CONVERSEM



Construindo  
o conceito

## A ascensão dos *influencers*

- Mario Sergio Cortella é um filósofo brasileiro que se **popularizou** nos últimos anos por **divulgar** conteúdo de Filosofia.
- Esse tipo de divulgação tornou-se possível nos últimos anos com a popularização da **internet** e das redes sociais.
- Com essas novas tecnologias, surge uma **nova profissão**: o **influencer**.
- O nome vem do verbo **influenciar**. Ou seja, são pessoas que, por meio das mídias digitais, causam **impactos** nos seus seguidores.



Mario Sergio Cortella

Reprodução – MULTISHOW/WIKIMEDIA COMMONS, 2024. Disponível em:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mario\\_Sergio\\_Cortella.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mario_Sergio_Cortella.jpg). Acesso em: 22 jan. 2025.

Construindo  
o conceito

# Possíveis problemas da comunicação pelos *influencers*

**Desenvolvendo o senso crítico sobre o consumo de conteúdo na internet.** Conforme aconselhou Cortella, precisamos levar em conta alguns riscos decorrentes do aumento da importância dos *influencers*:



© Getty Images



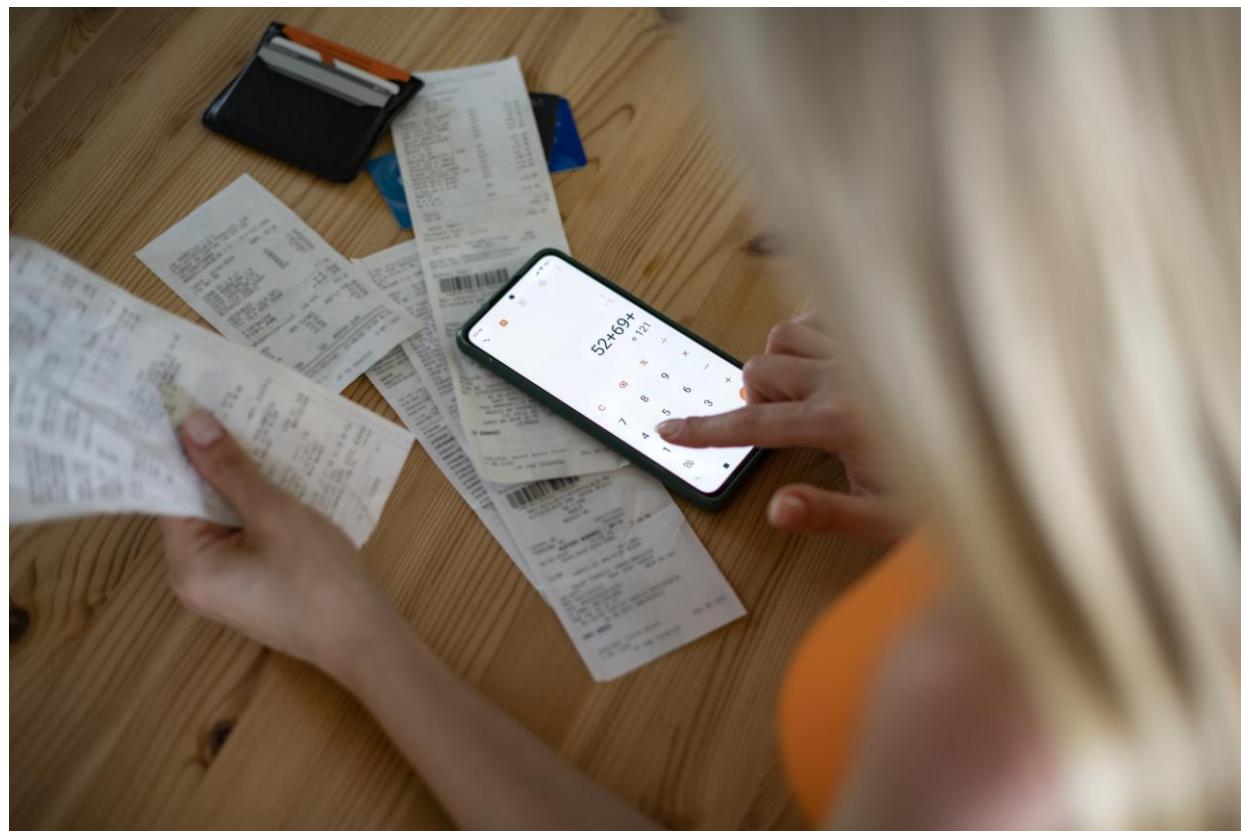
## 1. Aumento de fake news

Os influencers não são necessariamente estudiosos com compromisso ético. Muitas vezes, são apenas pessoas comuns dando suas opiniões. O problema ocorre quando essas opiniões são tomadas como verdades confiáveis e são aceitas sem críticas.

Opiniões são subjetivas e partem dos nossos sentimentos. Não são fatos. Para serem levadas a sério, precisam ser embasadas com dados comprovados por meios válidos de comprovação, como métodos científicos.

Continua...

# Possíveis problemas da comunicação pelos *influencers*



© Getty Images



## 2. Aumento do consumismo

Assim como outras mídias, como a TV e o cinema, os *influencers* também promovem propagandas. Em levantamento feito sobre o ano de 2021, foi apontado que 40% dos consumidores brasileiros já compraram algo como consequência de terem visto uma propaganda feita por *influencers*.

Eles são pagos para divulgar produtos e podem fazê-lo de forma ética ou não. Eles podem, por exemplo, fingir gostarem de um produto que não usam, ou publicar um conteúdo fingindo ser autêntico, quando, na realidade, é uma publicidade não sinalizada.

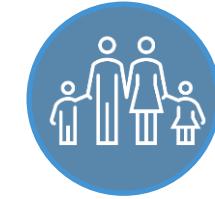
**Continua...**

Construindo  
o **conceito**

# Possíveis problemas da comunicação pelos *influencers*



© Getty Images



## 3. Distorção da realidade

Os *influencers* vendem um certo estilo de vida que, na maioria dos casos, não corresponde à realidade de muitas pessoas. São padrões de beleza, de lazer, de cotidiano, de trabalho, de saúde inalcançáveis. No entanto, sem o senso crítico, os seguidores podem se sentir frustrados e infelizes.

Continua...

## Construindo o conceito

**A seguir, alguns exemplos de *influencers* de Ciências Humanas que usam do sentido crítico do conhecimento para divulgar suas ideias:**



Reprodução – SYMPHONY SPACE, [s.d.]. Disponível em: <https://www.symphonyspace.org/events/vp-slavoj-zizek-at-75-a-celebration>. Acesso em: 22 jan. 2025.

### **Slavoj Zizek**

Apesar de não produzir conteúdos de forma sistemática, Zizek popularizou-se tanto que é chamado de “filósofo viral”. Por meio de artigos on-line, entrevistas e aparições em eventos, ele divulga a Filosofia de forma descontraída e heterodoxa.

**Continua ...**

# Construindo o **conceito**



## Isabela Reis

Isabela Reis é uma jornalista que se comunica por diversas plataformas, principalmente pelo podcast. Ela divulga conteúdos sobre política e realiza suas próprias análises.

Reprodução – ISABELA REIS/X, [s.d.].  
Disponível em: [https://x.com/bela\\_reis](https://x.com/bela_reis).  
Acesso em: 22 jan. 2025.



## Lilia Schwarcz

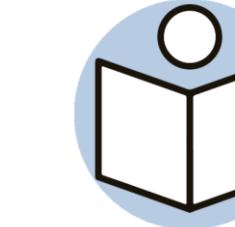
Lilia Schwarcz é uma historiadora e antropóloga brasileira. Ela tem diversos livros sobre a História do Brasil. Além disso, divulga suas pesquisas por meio do seu canal, usando, assim, ferramentas das novas tecnologias para alcançar mais pessoas.

Reprodução – COMPANHIA DAS LETRAS,  
[s.d.]. Disponível em:  
<https://www.companhiadasletras.com.br/colaborador/00456/lilia-moritz-Schwarcz>. Acesso em: 22 jan. 2025.

Continua ...

Colocando  
em prática

# Situação



HORA DA LEITURA

## Meu amigo *influencer*

Um de seus amigos começou a ganhar muita notoriedade nas redes sociais, dando dicas sobre cabelo. Seus conteúdos compreendem dicas de penteado e de cuidado cotidiano. Ele posta vídeos e fotos em várias redes sociais.

Com o aumento no número de seguidores, de curtidas e de comentários, isso atraiu a atenção de uma marca de cosméticos. Essa marca enviou a ele um kit de cuidado de cabelo, incluindo xampu, condicionador e finalizador. Em contrapartida, ele deveria publicar um vídeo mostrando o seu “recebido” e elogiando o produto.

Antes de fazer isso, seu amigo testou o produto. Apesar do bom cheiro, ele percebeu que, alguns dias depois, seu cabelo começou a cair e algumas feridas apareceram no couro cabeludo: ele desenvolveu uma crise alérgica.

Mesmo assim, ele estava disposto a fazer a publicidade, pois, caso o seu post viralizasse, a marca poderia pagá-lo para fazer as propagandas. Então, ele fingiu usar os produtos da marca, mas, na verdade, estava usando outra marca.



## Colocando em prática

### Ação



VIREM E CONVERSEM

- ▶ Reúnam-se em grupos de até quatro pessoas e discutam as perguntas a seguir.
- ▶ Escolham um representante do grupo para expor a opinião de vocês.
- ▶ No final do debate em grupo, o representante falará a síntese da opinião de vocês para o restante da turma.



#### Dica

Coloquem-se no lugar do seu amigo, imaginando os interesses e os medos dele. Tentem pensar de forma empática sem deixar de usar o senso crítico.

Colocando  
em prática

## Ação



VIREM E CONVERSEM

1. O que vocês pensam sobre a decisão do amigo em fingir usar o produto e elogiar algo que, na realidade, prejudicou sua saúde?
2. Quais são as possíveis consequências para os seguidores, para a marca e para o próprio influenciador, caso a verdade sobre o produto venha à tona?
3. Se vocês fossem esse amigo, o que fariam ao perceber os problemas causados pelo produto?
4. Essa situação leva-nos a pensar no papel e na responsabilidade dos influenciadores. Na sua opinião, até que ponto eles devem ser responsáveis pelos produtos ou serviços que divulgam?
5. Como essa situação hipotética pode nos ajudar a refletir sobre o papel do público nas redes sociais? Até que ponto somos responsáveis por questionar o que consumimos e a quem seguimos?



O que nós  
aprendemos  
hoje?

© Getty Images

## Então ficamos assim...

- 1** *Influencer* é uma profissão que surgiu com a popularização da internet e das redes sociais, e tem se tornado cada vez mais relevante na sociedade.
- 2** Um dos riscos desse fenômeno é a disseminação de ideias falsas e problemáticas, que são veiculadas como verdadeiras.
- 3** Como *influencer*, existem formas adequadas de publicar e consumir ideias na internet. A primeira delas é manter o senso crítico em alerta.

# Saiba mais

## Acesse:

Neste perfil, obras de arte são divulgadas de forma dinâmica, típica do linguajar de redes sociais:

HISTORY.MAE. Canal. **TikTok**, [s.d.]. Disponível em:  
[https://www.tiktok.com/@history.mae?\\_t=8sXdyXfidaY&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@history.mae?_t=8sXdyXfidaY&_r=1).  
Acesso em: 22 jan. 2025.

O biólogo Atila Iamarino é um divulgador de conteúdo na área das Ciências da Natureza. Principalmente na pandemia, seu conteúdo alcançou mais espaço devido à necessidade de informações confiáveis sobre a Covid-19.

ATILA IAMARINO. **Instagram**, [s.d.]. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/oatila/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

Conforme já trabalhado em aulas passadas, a página *Funkeiros Cults* explora temas de Filosofia com a linguagem da cultura do funk.

FUNKEIROS CULTS. **Instagram**, [s.d.]. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/funkeiroscults/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

# Referências da aula

CANAL DO CORTELLA. Será? Questione tudo! – redes sociais e o pensamento crítico. **YouTube**, 19 dez. 2024. Disponível em: <https://youtu.be/kIcQwZPV3NU?si=ROGJaLqiLTYzIx2K>. Acesso em: 22 jan. 2025.

CAPOMACCIO, S. Influenciador digital é responsável por 40% das compras feitas pelo consumidor brasileiro. **Jornal da USP**, 17 ago. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/actualidades/influenciador-digital-e-o-responsavel-por-40-das-compras-feitas-pelo-consumidor-brasileiro/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

ELOLA, J. Slavoj Zizek, o filósofo viral. **El País**, 2 jul. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/29/cultura/1498761880\\_833852.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/29/cultura/1498761880_833852.html). Acesso em: 22 jan. 2025.

FUNKEIROS CULTS. **Instagram**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.instagram.com/funkeiroscults/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

HISTORY.MAE. Canal. **TikTok**, [s.d.]. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@history.mae?\\_t=8sXdyXfidaY&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@history.mae?_t=8sXdyXfidaY&_r=1). Acesso em: 22 jan. 2025.

ISABELA REIS. **Instagram**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.instagram.com/belareis?igsh=b2lwY2ZjbmpsMGU5>. Acesso em: 22 jan. 2025.

LILIA SCHWARCZ. Canal da Lili. **YouTube**, [s.d.]. Disponível em: <https://youtube.com/@lilischwarcz?si=kosju-EzZ2Ln5Ga3>. Acesso em: 22 jan. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Curriculum Paulista**: etapa Ensino Médio, 2020. Disponível em: [https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/CURR%C3%8DCULO-PAULISTA-etapa-Ensino-M%C3%A9dico\\_ISBN.pdf](https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/CURR%C3%8DCULO-PAULISTA-etapa-Ensino-M%C3%A9dico_ISBN.pdf). Acesso em: 22 jan. 2025.

Identidade visual: imagens © Getty Images

# Orientações ao professor

# Slides 4 e 5 – Ponto de partida



**Orientações:** professor(a), a seção **Ponto de partida** aparece sempre na primeira aula da semana de uma nova unidade e tem o propósito de instigar a curiosidade dos estudantes sobre o tema que virá. A seguir, apresentamos orientações para a gestão de sala de aula e a condução da dinâmica, além das expectativas de respostas para as perguntas propostas.



## Tempo previsto:

Vídeo: 6 minutos

Debate sobre o vídeo: 10 minutos



## Gestão de sala de aula:

- Inicie a seção, criando um ambiente relaxado e convidativo para um diálogo aberto.
- Encoraje a participação de todos os estudantes, garantindo que cada voz seja ouvida.
- Caso surjam respostas longas ou debates paralelos, delicadamente redirecione a conversa para o tópico original.



## Condução da dinâmica:

- Apresente o vídeo aos estudantes e, em seguida, as perguntas. Engaje-se com as respostas, pedindo por mais detalhes caso elas sejam muito sucintas.

Continua ...

# Slides 4 e 5 – Ponto de partida

## Expectativas de respostas:

1. Sim, a profissão de influenciador pode ser considerada uma nova forma de educação, especialmente quando o conteúdo tem como objetivo informar ou inspirar. Ela se aproxima da Filosofia quando promove o diálogo, a troca de ideias e a reflexão crítica. No entanto, muitas vezes se afasta dessa tradição ao priorizar a rapidez e a superficialidade típicas das redes sociais, que dificultam debates mais profundos. A filosofia tradicional exige tempo, paciência e rigor, elementos nem sempre compatíveis com o consumo instantâneo de conteúdo on-line.
2. Seguir influenciadores que não incentivam o questionamento pode levar a uma postura passiva diante da informação, tornando as pessoas suscetíveis a manipulações, ideologias extremas ou desinformação. O questionamento filosófico, por outro lado, promove a análise crítica das mensagens recebidas, encorajando os indivíduos a avaliarem a coerência, as evidências e os interesses por trás do conteúdo. Isso contribui para a formação de opiniões mais sólidas e independentes.
3. Provavelmente, estão circulando vídeos feitos por IA, transmitindo mensagens falsas, ideias em que ele não acredita. Como as imagens são muito realistas, é necessário verificar aquilo que foi realmente produzido por ele.

## Referências bibliográficas:

CANAL DO CORTELLA. Será? Questione tudo! – redes sociais e o pensamento crítico. **YouTube**, 19 dez. 2024. Disponível em: <https://youtu.be/kIcQwZPV3NU?si=ROGJaLqiLYzlx2K>. Acesso em: 22 jan. 2025.

Continua ...

# Slides 6 a 11 – Construindo o conceito



**Orientações:** professor(a), a seção **Construindo o conceito** tem o objetivo de construir e aprofundar novos conceitos sobre a temática da aula, promovendo o pensamento crítico e o desenvolvimento de conexões entre o conteúdo da aula e o conhecimento prévio dos estudantes, incentivando a ampliação de repertório, a reflexão e a discussão sobre o assunto.



**Tempo previsto:** 15 minutos



## **Gestão de sala de aula:**

- Realize uma exposição clara, abordando os pontos trazidos pelos slides e adicionando mais informações, caso julgue pertinente.
- Mantenha o diálogo aberto aos estudantes, tirando dúvidas e levando em consideração seus pontos de vista sobre o assunto.



## **Condução da dinâmica:**

- Exponha os conteúdos dos slides, seguindo seu caminho lógico e apresentando os conceitos e as imagens.



## **Expectativas de respostas:**

- Espera-se que os alunos se atentem à explicação, tirando as dúvidas, quando as tiverem, e trazendo seu próprio ponto de vista, quando pertinente.



## **Referências bibliográficas:**

CAPOMACCIO, S. Influenciador digital é responsável por 40% das compras feitas pelo consumidor brasileiro. **Jornal da USP**, 17 ago. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/influenciador-digital-e-o-responsavel-por-40-das-compras-feitas-pelo-consumidor-brasileiro/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

ELOLA, J. Slavoj Zizek, o filósofo viral. **El País**, 2 jul. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/29/cultura/1498761880\\_833852.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/29/cultura/1498761880_833852.html). Acesso em: 22 jan. 2025.

# Slides 12 a 14 – Colocando em prática



**Orientações:** professor(a), a seção **Colocando em prática** tem como objetivo aplicar os conhecimentos construídos durante a aula, incentivando os estudantes a pensarem criticamente e de forma prática.



**Tempo previsto:** 17 minutos



**Gestão de sala de aula:**

- Mantenha um ambiente de diálogo aberto e respeitoso.
- Assegure a participação equitativa, promovendo uma discussão inclusiva.
- Reconheça a complexidade do tema e a diversidade de perspectivas que os estudantes podem trazer.
- Forneça feedback construtivo e direcionamento à medida que os estudantes exploram possíveis soluções para o cenário proposto.
- Ajude-os a refinarem suas ideias e a considerarem todas as implicações de suas sugestões.



**Condução da dinâmica:**

- Apresente a situação hipotética aos estudantes e, em seguida, apresente as perguntas.



**Expectativas de respostas:**

- Respostas pessoais.

# Slide 15 – O que aprendemos hoje?



**Orientações:** professor, a seção **O que nós aprendemos hoje?** tem o objetivo de reforçar e esclarecer os conceitos principais discutidos na aula. Essa dinâmica pode ser uma ferramenta de avaliação informal do aprendizado dos estudantes, identificando áreas que podem precisar de mais atenção em aulas futuras.



**Tempo previsto:** 2 minutos



## Gestão de sala de aula:

- Mantenha um tom positivo e construtivo, reforçando o aprendizado em vez de focar em correções.
- Seja direto e objetivo nas explicações para manter a atividade dentro do tempo estipulado.
- Engaje os estudantes rapidamente, pedindo confirmações ou reações breves às definições apresentadas.



## Condução da dinâmica:

- Explique que essa parte da seção, **Então ficamos assim...**, é um momento de reflexão e esclarecimento sobre os conceitos abordados na aula.
- Informe que será uma rápida revisão para assegurar que os entendimentos dos estudantes estão alinhados com as definições corretas dos conceitos.
- Apresente o slide com a definição sintética de cada conceito principal discutido na aula, ampliando em forma de frases completas.
- Destaque se as contribuições dos estudantes estavam alinhadas com o conceito e ofereça esclarecimentos rápidos, caso haja discrepâncias ou mal-entendidos.
- Finalize, resumindo os pontos principais e reiterando a importância de cada conceito e como ele se encaixa no contexto maior da aula.
- Reforce a ideia de que essa revisão ajuda a solidificar o entendimento dos estudantes e a prepará-los para aplicar esses conceitos em situações práticas.



## Expectativas de respostas:

- Os estudantes devem sair da aula com um entendimento claro e preciso dos conceitos principais.
- A atividade serve como uma verificação rápida do entendimento dos estudantes e uma oportunidade para corrigir quaisquer mal-entendidos.