

## 14 Uso didático de mídias sociais

*Luciana Stein e Silva  
Edison Capp  
Otto Henrique Nienov*

Uma rede social se caracteriza como espaço de interação e compartilhamento, onde usuários interagem, estabelecem amizades, compartilham informações e interesses. Atualmente, há uma infinidade de redes sociais utilizadas para diversas finalidades, como Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Whatsapp, TikTok, entre outras (Tabela 1).

Tabela 1. Principais redes sociais utilizadas.

|                           |  |  |  |  |  |  |  |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
|                           | Instagram   | Facebook  | Twitter   | Podcast   | WhatsApp  | Telegram  | YouTube   |
| <b>Número de Usuários</b> | 1,15 bilhão   | 2,7 bilhões   | 353 milhões   | 1,5 milhão  | 2 bilhões   | 400 milhões   | 2 bilhões   |
| <b>Data da criação</b>    | 2010  | 2004  | 2006  | 2004  | 2009  | 2013  | 2005  |
| <b>Principais funções</b> | Compartilha fotos e vídeos  | Compartilha fotos e vídeos  | Envia e recebe atualizações pessoais dos contatos                                 | Publicação de ficheiros multimídia (áudio, vídeo, etc.)                           | Aplicativo de mensagens instantâneas  | Aplicativo de mensagens instantâneas  | Compartilha vídeos  |
| <b>Gratuito</b>           | Sim   | Sim   | Sim   | Sim   | Sim   | Sim   | Sim   |

Em todo o mundo, são 3,4 bilhões de usuários ativos em redes sociais. Na média, cada um deles dedica 116 minutos por dia nesses canais. Facebook e WhatsApp, sozinhos, somam incríveis 60 bilhões de mensagens todos os dias. Entre os brasileiros, 58% da população tem ao menos um perfil.

As mídias sociais estão sendo cada vez mais utilizadas em ambientes educacionais, como uma nova forma de comunicação entre professores e alunos, principalmente no ensino remoto. O universo das redes sociais é extremamente dinâmico. A cada momento, novas funcionalidades, algoritmos, regras e

possibilidades surgem. Tecnologia, educação e conhecimento devem estar inseridos em conjunto no contexto escolar para construção de um ensino mais dinâmico e presente na realidade de um mundo globalizado e tecnológico. Por isso, o uso desses recursos tem sido considerado inovador no ensino.

## Instagram

O Instagram é conhecido como uma das redes sociais mais intuitivas e versáteis do mundo. É simples e oferece aos usuários uma excelente experiência de interação em tempo real. Também possui inúmeras ferramentas e recursos que permitem criar conteúdo de excelente qualidade. É uma rede social on-line para compartilhamento de fotos e vídeos.

No universo virtual, se trata de uma excelente ferramenta para quem quiser compartilhar informações de forma rápida com amigos, colegas ou alunos, sem a necessidade de tirar uma foto e escrever uma postagem. Pode-se utilizar o Instagram para colocar dicas rápidas, informações sobre as aulas, indicações de livros ou assuntos relevantes.

Dentre as principais funcionalidades, destacam-se:

- LIVE (Figura 1): você pode transmitir suas aulas e debates ao vivo pelo Instagram, inclusive com participação de outros professores, palestrantes e convidados;
- IGTV (Figura 1): permite publicação de vídeos longos. Através do IGTV, você pode criar tutoriais de atividades, como aulas práticas, ou até mesmo videoaulas;
- REELS (Figura 1): é possível criar vídeos mais curtos, de até 30 segundos, através do REELS, trazendo os pontos-chaves de um conteúdo, por exemplo;
- Stories (Figura 1): pode ser utilizado para colocar dicas rápidas, revisão de conteúdo, informações sobre as aulas, sugestões de leitura e dicas de estudo. O Stories proporciona alta visibilidade onde se pode anunciar, mostrar novidades, desenvolver tutoriais, realizar enquetes e, se a conta tiver mais de 10K de seguidores, pode-se inserir links;

- É possível enviar mensagens para um grupo de alunos ou individual (Direct);
- É possível fazer pesquisa através de palavra-chave ou hashtags;
- É possível publicar fotos e vídeos para serem exibidos no perfil (Feed);
- É possível publicar fotos e vídeos que podem ser visualizados até 24 horas após a publicação (Stories);
- É possível também marcar amigos nas suas fotos, adicionar localização na publicação e realizar enquetes no Stories.

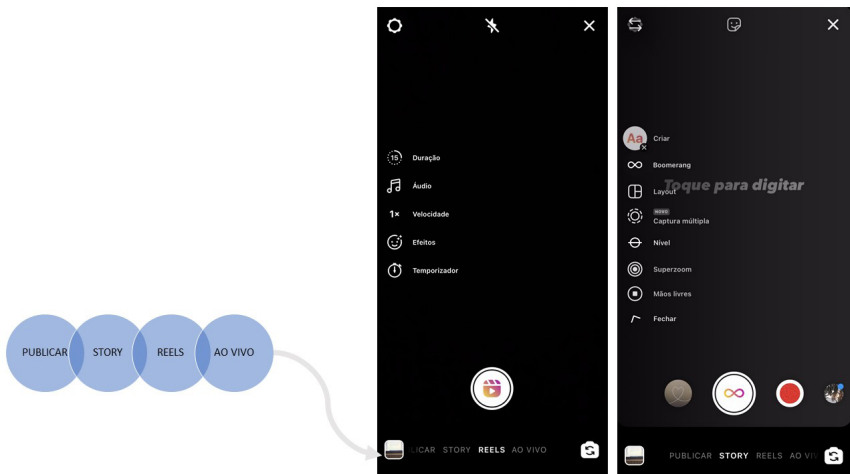


Figura 1. Publicar no Feed, Story, Reels e transmissão ao vivo.

A diferença entre Feed e Stories é que o Feed é utilizado para atração de novos seguidores e o Stories cria um relacionamento com os seguidores (Figura 2).

Dicas para reter atenção dos usuários: concentre o assunto em quatro stories e utilize legendas de forma atrativa. Para aumentar a visualização nos stories, faça enquetes, com perguntas simples e fáceis de responder (Figura 3).

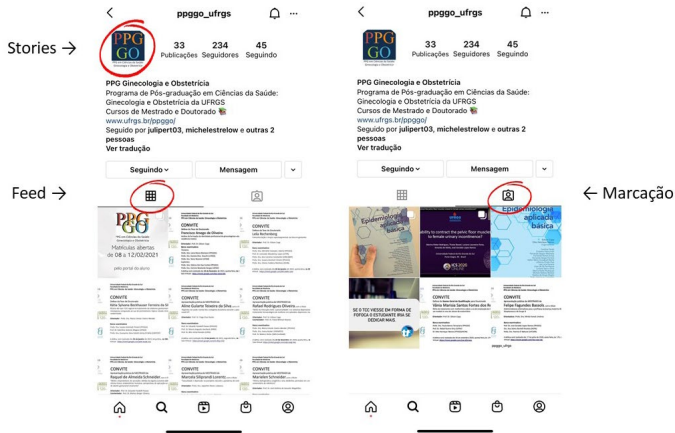


Figura 2. Diferença entre stories e feed.



Figura 3. Enquete e perguntas no Instagram.

## ***Como publicar no Instagram?***

É necessário criar uma conta. Há duas opções de publicação:

1. Publicar fotos e vídeos diretamente da galeria do celular, selecionando a opção “Compartilhar” e escolhendo o Feed ou Stories;
2. Clicar no ícone “+” do Instagram e selecionar uma mídia da galeria ou tirar uma foto/gravar um vídeo diretamente do aplicativo.

Ao selecionar uma imagem da galeria, você também pode escolher entre uma publicação padrão, um Boomerang, uma montagem com até três imagens ou uma publicação com até 10 fotos ou vídeos. No caso das imagens, você poderá editar cada uma delas com os filtros do Instagram e utilizar opções de personalização. Na publicação de vídeos, você poderá cortar o arquivo, aplicar filtros e escolher uma imagem de capa.

## ***Como conseguir seguidores***

A melhor maneira de conseguir seguidores no Instagram é criar conteúdo atrativo, manter a conta sempre atualizada e utilizar hashtags para ser encontrado.

Há quem compre seguidores em esquemas paralelos, mas isso só serve para encher sua conta de perfis falsos, inativos ou completamente irrelevantes.

Por isso, é melhor seguir estas dicas simples e eficazes:

- Interaja com seus seguidores (curta, comente e compartilhe);
- Invista em posts patrocinados;
- Tenha um calendário editorial;
- Monitore e analise seus resultados;
- Use a localização para se aproximar de pessoas;
- Explore o potencial do Stories;
- Conecte seu Instagram às outras redes sociais.

É importante monitorar e analisar os resultados para um bom engajamento, através das:

- Impressões: quantas vezes o conteúdo foi visualizado;
- Alcance: total de contas exclusivas que visualizaram o conteúdo;
- Cliques no site: quantos cliques o link no perfil recebeu;
- Atividade do seguidor: com que frequência seus seguidores acessam o Instagram;
- Visualização de vídeo: com que frequência o seu conteúdo de vídeo foi visualizado;
- Salvos: quantas pessoas salvaram suas postagens.

## Facebook

O Facebook é a maior rede social do mundo. O Facebook é uma excelente ferramenta para postagem de notícias atuais, vídeos, links e arquivos que possam ser relevantes para a complementação do conteúdo compartilhado durante as aulas. É possível criar grupos de discussão, realizar palestras ou encontros ao vivo, realizar transmissões, postar assuntos interessantes relativos aos temas tratados em aula e incentivar os alunos à compartilharem conteúdos que eles achem relevantes.

Uma das vantagens dessa rede social é que a grande maioria dos usuários estão familiarizados com as funcionalidades, facilitando a mediação do professor no processo de ensino-aprendizagem por meio do compartilhamento de materiais, exercícios e acompanhamento de avaliações e trabalhos realizados.

Possibilidades que podem ser aproveitadas no ensino:

a) Grupos: é possível criar um grupo para cada turma para divulgar materiais didáticos complementares, sugestões de exercícios para serem realizados em casa e curiosidades relacionadas com os conteúdos trabalhados em sala.

b) Enquetes: ideal para maior interação entre os participantes da página ou para decidir alguma demanda relacionada com o objetivo do grupo. No entanto, isso pode ser adaptado como um exercício para fixar o conteúdo. É possível fazer a enquete no momento da aula e solicitar que seja respondido on-line estabelecer um horário previamente com os usuários.

c) Criar evento: Criar evento para certificar-se de que os estudantes se lembrem da data de entrega de algum trabalho importante ou de alguma atividade avaliativa a ser desenvolvida em sala.

### Principais recursos

Dentre os principais recursos, destaca-se:



Figura 4. “Criar” no Facebook.



Figura 5. Reações do Facebook.

- Mensagens: é o canal de comunicação privado entre os usuários. Pode ocorrer entre dois usuários ou entre um grupo de usuários, como por exemplo, grupo de trabalho.
- Curtidas (e outras reações): é a forma de interação mais utilizada no Facebook e permite que os usuários deem sua

opinião de forma rápida e simbólica. Atualmente, estão à disposição dos usuários as opções de curtir (“Curtir”), amar (“Amei”), achar graça (“Haha”), se espantar (“Uau”), ficar triste (“Triste”) ou bravo (“Grr”).

- Comentários: permitem que os usuários deem sua opinião mais detalhadamente ou interajam publicamente, por meio de palavras, imagens, símbolos ou outras formas (como emojis ou GIFs, por exemplo). Também é possível marcar e interagir com amigos nos comentários;
- Compartilhamentos: permite que o usuário divulgue para outras pessoas algo que ele viu no Facebook ou outra mídia e achou interessante ou relevante para publicizar. Podem ser compartilhados links, imagens, GIFs, textos, vídeos, entre outros recursos hipertextuais que podem ser publicados no Facebook;
- Criar sala: permite criar uma sala de conversa de vídeo por meio do Facebook ou pelo aplicativo do Messenger para conversar com qualquer pessoa, mesmo que ela não tenha perfil na rede social. Suporta reuniões com até 50 participantes, de forma gratuita e sem limite de tempo;
- Transmissão ao vivo: com essa função, os usuários podem fazer vídeos ao vivo transmitidos diretamente pelo Facebook, e seus amigos podem acompanhar e interagir em tempo real.

## Twitter

O que acontece no mundo, acontece primeiro no Twitter. O Twitter é um meio de comunicação e informação através de textos curtos, de no máximo 280 caracteres. Ou seja, é uma rede social para se ouvir e ser ouvido através de poucas palavras.

Geralmente, a rede social é utilizada para as pessoas compartilharem o que estão fazendo, pensando ou sentindo, o que estão lendo, e o que for possível dizer de forma breve e sucinta. Utilizado principalmente para informações rápidas ou indicação de links relevantes para os estudos, como compartilhamento de artigos.

É reconhecido como uma das principais redes sociais da



atualidade, o Twitter tem duas características: instantaneidade e veracidade. Em 2018, a rede social adotou a estratégia de excluir contas falsas da plataforma.

### ***Principais funções***

- **Tweetar:** tudo começa com um Tweet. Inicie ou participe de qualquer conversa no mundo com um simples Tweet. Permite postar mensagens, links e imagens;
- **Retweetar:** gostou de um Tweet? Retweete-o para divulgá-lo instantaneamente. Permite disseminar uma mensagem postada por alguém;
- **Seguir:** nunca perca uma atualização de pessoas importantes para você. Para montar sua timeline, tudo o que você precisa fazer é seguir outras contas;
- **Buscar:** quer saber mais sobre determinado assunto? Faça uma busca e acompanhe a conversa em tempo real;
- **Hashtag:** quer saber sobre o que todos estão falando? Clique em uma hashtag e descubra. As hashtags conectam Tweets que falam sobre o mesmo assunto em um só lugar.

### ***Como Tweetar***

1. Um Tweet pode conter fotos, GIFs, vídeos, links e textos;
2. Digite seu Tweet (até 280 caracteres) na caixa “Publicar” na parte superior da timeline de sua “Página Inicial” ou clique no botão “Tweetar” na barra de navegação;
3. Você pode incluir até quatro fotos, um GIF ou um vídeo no Tweet;
4. Clique no botão “Tweetar” para publicar o Tweet em seu perfil (Figura 6).

### ***Como Retweetar***

1. Passe o cursor sobre o Tweet que você deseja compartilhar;
2. Clique no botão “Retweetar”;
3. Uma janela pop-up mostrará o Tweet que você está prestes a Retweetar;

4. Clique no botão “Retweetar”. O Tweet será compartilhado com todos os seus seguidores como um Retweet.

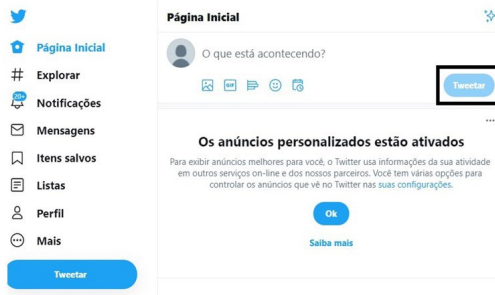


Figura 6. Tweetar” para publicar o Tweet.

### ***Como seguir pessoas no Twitter***

Você pode seguir a partir de um tweet:

1. Localize um Tweet da conta que você quer seguir;
2. Passe o mouse sobre o nome da conta;
3. Clique no botão “Seguir”.

Ou você pode seguir alguém a partir da página do perfil de uma conta:

1. Acesse a página do perfil da conta que você gostaria de seguir;
2. Clique no botão “Seguir”.

Observação: Contas com Tweets protegidos precisarão aprovar sua solicitação para seguir para que você possa ver os Tweets delas.

### ***Como usar a buscar no Twitter***

Busque contas, conversas em andamento ou Tweets específicos. Há muitas maneiras de usar a busca no Twitter. Você pode encontrar Tweets seus, de amigos, empresas locais e qualquer pessoa, de artistas famosos a líderes políticos globais. Ao buscar hashtags ou palavras-chave do assunto, você pode seguir conversas em andamento sobre as últimas notícias ou interesses pessoais.

1. Digite sua consulta na caixa de busca na parte superior da página;
2. Os resultados mostrarão uma combinação de Tweets, fotos, contas e muito mais;
3. Para filtrar os resultados, clique em “Em destaque”, “Mais recentes”, “Pessoas”, “Fotos” ou “Vídeos” (essas opções ficam na parte superior dos resultados de busca);
4. Clique nas opções de “Filtros de busca” para filtrar os resultados “De qualquer pessoa” ou “Pessoas que você segue” e “Qualquer lugar” ou “Próximo a você”. Além disso, você pode selecionar outro idioma ou fazer uma busca avançada;
5. Clique no ícone de “+” no lado direito da página dos resultados da busca para obter mais opções:
  - a. Clique em “Configurações de busca” para desativar (ou reativar) a busca segura para filtrar os resultados da busca;
  - b. As configurações da busca segura incluem “Ocultar conteúdo sensível” e “Remover contas bloqueadas e silenciadas”. Desmarque a caixa para desativar uma das configurações. Você pode reativá-las a qualquer momento. Observação: essa configuração pode demorar alguns minutos para entrar em vigor;
  - c. Clique em “Salvar esta busca” para salvar seu termo de busca;
  - d. Clique em “Incorporar esta busca” para criar um widget de busca de um site.

## **Como usar hashtags**

A hashtag, escrita com o símbolo “#”, é usada para indexar palavras-chave ou tópicos no Twitter. Esta função foi criada no Twitter e permite que as pessoas sigam facilmente os tópicos de seu interesse.

Como usar hashtags para classificar Tweets por palavra-chave:

- As pessoas usam o símbolo de hashtag (#) antes de uma palavra-chave ou frase relevante nos Tweets que publicam

para classificá-los e facilitar a exibição deles na busca do Twitter;

- Clicar ou tocar em uma palavra com hashtag em uma mensagem mostra todos os outros Tweets que incluem essa hashtag;
- Hashtags podem ser incluídas em qualquer parte de um Tweet;
- Palavras com hashtag que se tornam muito populares são frequentemente “Assuntos do Momento”.

Dicas para usar hashtags:

- Você não pode adicionar espaços ou pontuação em uma hashtag, pois ela não funcionará corretamente;
- Se você tweetar com uma hashtag em uma conta pública, qualquer pessoa que fizer uma busca por essa hashtag poderá encontrar seu Tweet;
- Recomendamos usar no máximo duas hashtags por Tweet, mas você pode usar quantas hashtags quiser em um Tweet;
- Digite uma palavra-chave com hashtag na barra de busca para encontrar conteúdo e contas com base em seus interesses.

### *Dicas de uso do Twitter*

- Personalize seu perfil e adicione uma foto, descrição, localização e imagem de fundo;
- Tweet com frequência e otimize suas publicações;
- Publique conteúdo visual;
- Use hashtags nos seus tweets;
- Atraia seguidores de fora do Twitter.

### **Podcast**

O podcast é uma mídia de transmissão de informação de notícias, áudios, vídeos e informações diversas na internet, o que contribui para a disseminação da informação de maneira fácil, rápida e gratuita (Figura 7). A temática precisa ser algo que você

entenda, algo que você domine. Ninguém ouvirá seu podcast se você não souber do que está falando.



Figura 7. Podcast da LUMINA UFRGS.

O podcast é semelhante a um programa de rádio, porém apresenta certas especificidades, como por exemplo, o conteúdo produzido sob demanda, ou seja, programas mais específicos que tratam com um público-alvo específico. Por isso, é muito comum encontrar podcasts de diferentes temáticas e específicas, como cinema, música, literatura, futebol, games, etc. Além disso, uma das características principais do podcast é seu fácil acesso e consumo. Geralmente são gratuitos e estão disponibilizados em diversas plataformas como o SoundCloud, Spotify, Itunes, YouTube, etc. O usuário pode ouvi-lo através do seu smartphone, tablet ou notebook, podendo optar por baixar o arquivo para ouvi-lo mais tarde. O podcast permite que centenas, milhares ou milhões de pessoas estejam ao mesmo tempo, ouvindo o mesmo episódio em seu ambiente preferido, quase que como a televisão ou o rádio, mas

com o privilégio de se poder escolher quando e onde quer ter o acesso, sem a imposição das emissoras radiofônicas e televisivas.

O podcast é um formato de mídia que permite ao professor a capacidade de produzir materiais didáticos como aulas, documentários e entrevistas em formato de episódios de áudio para acesso a qualquer hora do dia e em qualquer lugar, o que possibilita a exploração de seu uso dentro e fora da sala de aula. O podcast permite aos alunos aprofundarem seus conhecimentos em determinado conteúdo, receber e dar feedback, ouvir histórias de forma mais atrativa, aproveitar suas horas de estudo no ambiente e momento mais propício. Para elaborar, produzir e compartilhar um podcast é exigido dedicação, esforço, dinamismo, capacidade de trabalho concentrado e criatividade, além de demanda de tempo.

Algumas das vantagens agregadas pelo uso de podcasts em contexto educacional são:

- a) Maior interesse na aprendizagem dos conteúdos;
- b) Aprendizagem no ritmo de cada um;
- c) Acessibilidade;
- d) Possibilidade de aprendizado tanto dentro quanto fora da escola;
- e) Construção de conhecimento mediante processo de criativo.

Quem se interessa por um determinado podcast pode assinar o canal e acompanhar o lançamento de cada novo episódio, de forma automática, pelo computador ou até mesmo direto do celular.

### ***Etapas para criar um podcast***

1. Planejar: antes de sair gravando, você precisa passar por essa etapa. Planejar como será a produção do seu conteúdo é fundamental. Você deve definir o que será feito e alinhar suas ações conforme os objetivos que você tem para a sua aula com a criação desse podcast.

- Entre os principais pontos que precisam ser planejados, estão:
- Público;

- Linguagem;
- Concorrência;
- Tema e formato;
- Conteúdo;
- Convidados;
- Roteiro;
- Frequência de publicação;
- Página para hospedar os podcasts e receber seus ouvintes.

2. Gravar: para a gravação, você precisa se certificar de estar em um ambiente silencioso, confortável e com uma boa acústica. O Audacity é um programa simples, gratuito e uma ótima qualidade no áudio que pode ser utilizado para fazer as gravações.

3. Editar: utilizando o Audacity, você tem um guia de edição que torna esse processo muito mais tranquilo. Quando terminar de “montar” o seu podcast e concluir a edição, exporte o projeto final para um arquivo de áudio em formato mp3. Selecione todo o áudio, vá no menu “Efeitos” e aplique os seguintes ajustes:

- Amplificar: aumentar o volume do som;
- Redução de ruído: eliminar ruídos do ambiente e do microfone;
- Compressor: diminuir a diferença para nivelar os picos altos e baixos;
- Normalizar: aumentar ao máximo todos os picos de áudio sem perder a qualidade;
- Equalização: ajustar os graves e os agudos.

4. Publicar: depois da edição, seu podcast está pronto para ser publicado. Para publicar, você tem que fazer basicamente duas coisas: escolher um aplicativo para hospedar o podcast (local onde seu site estará disponível na internet) e criar um feed RSS (um distribuidor de conteúdo, nesse caso, que distribua o áudio, a imagem e a descrição em texto de cada episódio do seu podcast). Plataformas como o Spotify não hospedam diretamente seus podcasts. Para isso, você precisa de um feed RSS para integrar com os serviços de distribuição. Dependendo do site ou aplicativo que você escolher para hospedar

o seu podcast, eles fornecem um passo para você subir a sua mídia. Principais sites/plataformas para hospedar o seu podcast: Anchor, Libsyn, Spreaker, Podbean, Pippa e Megafono.

Mas, geralmente, as configurações básicas incluem:

- Criar uma conta;
- Completar as informações de perfil;
- Ajustar as configurações de conteúdo;
- Enviar seu feed RSS.

Pronto! Agora você já pode divulgar o seu podcast para toda a sua comunidade, fazendo um convite aos futuros ouvintes por e-mail ou mesmo pelas redes sociais.

## WhatsApp

O aplicativo permite manter contato entre os usuários de forma rápida e ágil, basta ter um número de telefone e conexão com a internet. O WhatsApp está instalado em 99% dos celulares brasileiros

O aplicativo proporciona agilidade na troca de mensagens pelo celular, podendo, na perspectiva da área da educação, ajudar a levar discussões para fora da sala e para esclarecer dúvidas pontuais dos alunos.

Possibilidades que podem ser aproveitadas no ensino:

1. Envie arquivos para vários alunos de uma só vez: é possível criar uma lista de transmissão, para enviar questionários, exercícios, documentos e arquivos de aula para vários alunos de uma só vez. Esse recurso otimiza tempo e permite o envio ágil de arquivos para vários destinatários;
2. Compartilhe áudios de aulas: no WhatsApp, é possível compartilhar, por mensagens de voz, aulas já ministradas, algum tópico/recado importante, para os alunos;
3. Tire dúvidas por chamadas de vídeo: as videochamadas, em grupo, permitem até oito participantes. O formato permite criar pequenos grupos de estudantes para tirar dúvidas pontuais;



4. Crie um link universal: caso ainda não tenha o número de telefone dos alunos, é possível criar um link universal e compartilhá-lo em perfis profissionais de outras plataformas, como o Facebook ou Moodle Acadêmico. Os alunos podem usar essa opção para iniciar uma conversa com você, no WhatsApp, ao clicar no link;

5. Atualize seu status: atualizar o status pode ser útil para dar avisos e compartilhar cronogramas e ementas de disciplinas. Dicas de leituras complementares, planos de aula e vídeos educativos também cabem nesse espaço.

A lista de transmissão (Figura 8) é um recurso que facilita o compartilhamento de mensagens – como texto, áudio, foto e vídeo – para dois ou mais contatos de uma só vez no WhatsApp. Dessa forma, o usuário pode enviar ou encaminhar o mesmo conteúdo para diversas pessoas de forma simultânea.



Figura 8. “Listas de transmissão” no WhatsApp.

Algumas particularidades desse aplicativo:

- Envio de arquivos: 100MB;
- Não é possível editar mensagem;
- Exclusão permanente da mensagem: 7 min;
- Sinaliza mensagem apagada no chat;
- Capacidade de 256 usuários por grupo;
- Limite de 5 pessoas para retransmitir mensagem, mas possibilidade de lista de transmissão;
- Não possibilita acesso simultâneo em aparelhos diferentes;
- É possível realizar videochamadas;
- Permite fazer ligações gratuitas;
- Whats web permite enviar e receber mensagens do whats diretamente do navegador de internet do seu computador;
- Compartilhar localização em tempo real;
- Favoritar uma mensagem importante para que ela não se perca na conversa, usar hashtags para encontrar mensagens e garantir que só o administrador do grupo possa mandar algo em determinados momentos;
- Opções de escrita: \*texto\* (Negrito); \_texto\_ (Itálico) e ~texto~ (Grifado).

## Telegram

O Telegram é um aplicativo para troca de mensagens, considerado um dos principais concorrentes do WhatsApp. Ele apresenta funções semelhantes, permitindo envio e recebimento de conteúdos em texto, vídeo, áudio e imagem por meio de um pacote de dados ou de uma conexão Wi-Fi.

É possível criar canais no Telegram (Figura 9), públicos e privados e, inclusive, compartilhar arquivos e realizar enquetes (Figura 10). Canais são uma ferramenta de transmissão um-para-vários de suas mensagens para audiências ilimitadas.

Algumas particularidades:

- É rápido: mensageiro mais rápido do mercado;
- Sincronizado: acessa mensagens de qualquer dispositivo

ao mesmo tempo;

- Ilimitado: envia mídias e arquivos sem limite de tamanho;
- Poderoso: pode criar grandes grupos com até 200 mil membros.

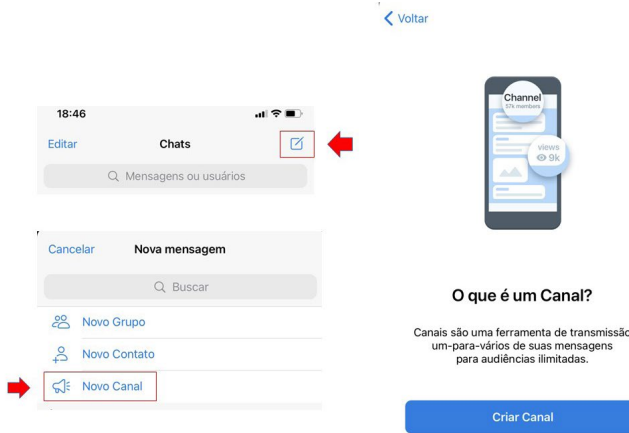


Figura 9. Criação de canal no Telegram.

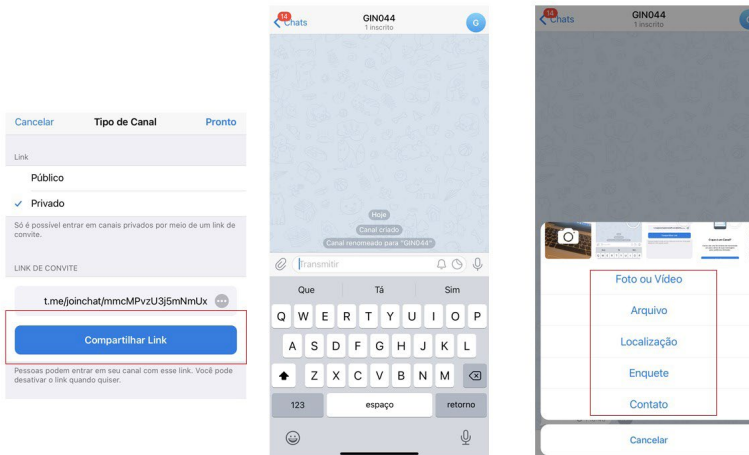


Figura 10. Compartilhamento de arquivos e enquetes no Telegram.

Além disso, o Telegram conta com alguns recursos mais específicos que envolvem a segurança e a privacidade das mensagens. Um deles é a possibilidade de iniciar conversas secretas com qualquer usuário em sua lista de contatos. Neste caso, as mensagens de áudio, vídeo, foto ou texto são automaticamente excluídas após um tempo determinado por quem criou o chat. O Quadro 1 traz as principais diferenças entre o WhatsApp e o Telegram.

Quadro 1. Principais diferenças entre o WhatsApp e o Telegram.




| WHATSAPP | COMPARAÇÃO DE FUNÇÕES                           | TELEGRAM     |
|----------|---|--------------|
| 100 MB   | Envio de arquivos                               | 2 GB         |
| NÃO      | Editar mensagens                                | SIM, ATÉ 48H |
| EM 7 MIN | Exclusão permanente de mensagem                 | EM 48H       |
| SIM      | Sinaliza mensagem apagada no chat               | NÃO          |
| 256      | Capacidade de usuários por grupo                | 200 MIL      |
| SIM      | Limite de 5 pessoas para retransmitir mensagens | NÃO          |
| NÃO      | Acesso simultâneo em aparelhos diferentes       | SIM          |
| NÃO      | Mais de uma conta no mesmo aparelho             | SIM          |
| NÃO      | Agendamento de mensagens                        | SIM          |

## YouTube

O Youtube é a maior rede social de compartilhamento de vídeos do mundo. O Youtube, além de ser um site de compartilhamento de vídeos, no qual os usuários são estimulados a se comunicarem por meio de recursos disponibilizados pela própria plataforma, também passou a ser considerada uma ferramenta relevante nos processos de ensino e de aprendizagem. No ensino remoto, a plataforma pode ser utilizada para armazenamento de trabalhos audiovisuais e pesquisa de materiais extras para apoio ao conteúdo aprendido em aula.

Apesar do Facebook e do WhatsApp serem as redes sociais mais faladas na mídia, o Youtube é a mais acessada no mundo, com 63% dos brasileiros conectados à internet fazendo uso regular da plataforma.

O login no Youtube deve ser feito através de uma conta Google. Pode ser mais trabalhoso criar conteúdo audiovisual, mas, se ele for bom, o potencial de viralização é grande. No YouTube você pode (Figura 11):

- Publicar entrevistas, palestras ou depoimentos;
- Criar uma série sobre determinado assunto para engajar o público;
- Fazer vídeos mais espontâneos e engraçados;
- Demonstrar produtos;
- Fazer tutoriais;
- Oferecer conteúdo que sirva como recurso didático para as discussões em aula;
- Incentivar os alunos a participar das aulas compartilhando com eles vídeos que serão relevantes para o contexto de ensino;
- Armazenar todos os vídeos que você precisa em um só lugar;
- Permitir que os alunos explorem assuntos de interesse com maior profundidade: ao organizar playlists com vídeos confiáveis e relevantes, você permite que os estudantes tenham contato com os conteúdos que interessam, sem que eles percam muito tempo na busca e na seleção de informações.

## TikTok

O Tik Tok é a mídia social que mais cresceu nos últimos anos. É uma rede social que permite a criação e o compartilhamento de vídeos curtos e dublados (com legendas), nos moldes de redes sociais como o Instagram. A plataforma possui uma estrutura audiovisual e disponibiliza diversos efeitos especiais e filtros, podendo ser uma alternativa ao professor como estratégia avaliativa.

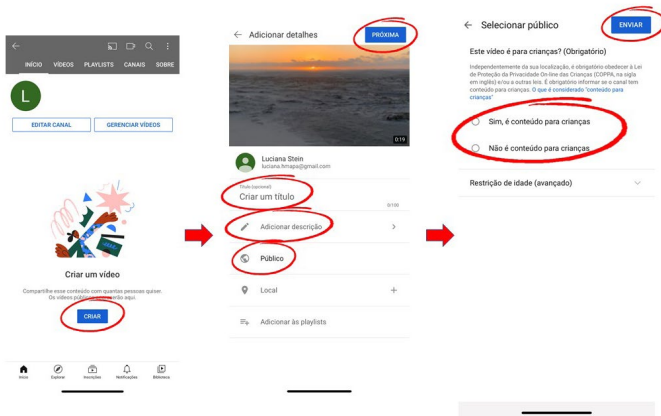


Figura 11. Criação de conteúdo no YouTube.

Se você só quer assistir aos vídeos não é necessário criar uma conta. Basta fazer o download do aplicativo. Porém, para publicar conteúdo será necessário fazer o seu cadastro. Ferramenta muito inteligente, observa os vídeos que estão sendo acessados. Se alguém terminar um vídeo em vez de pular para outro ainda na metade, isso será registrado como um maior interesse.

Desde o ano passado, o TikTok é a ferramenta predileta de jovens e celebridades para criar e recriar conteúdos com muito humor e criatividade, elaborando pequenas histórias, dublagens e participando de desafios variados.

O TikTok pode ser usado não apenas para diversão, mas também para a distribuição de conteúdo criativo, para integração dos estudantes e o desenvolvimento do potencial criativo dos mesmos, assim como instrumento de avaliação da aprendizagem.

O TikTok é um aplicativo com apenas duas telas. Em uma delas o usuário interage com os demais usuários na plataforma, comentando e baixando vídeos. Já na segunda tela, você confere mais detalhes sobre quem criou o conteúdo em questão. Essa simplicidade é um dos principais pontos positivos que tornam o TikTok acessível para a maioria das pessoas. Outra grande vantagem é a possibilidade de poder baixar quase todos os vídeos, diferentemente do que acontece no Instagram ou no Facebook.

## Como ver vídeos no Tik Tok

Como mencionado, o aplicativo apresenta apenas duas telas: em “Seguindo”, você assiste aos vídeos dos perfis que segue e, em “Para você”, são listadas postagens de outros perfis que o aplicativo julga serem interessantes.

1. Abra o feed e toque no ícone de casa;
2. Alterne entre as opções “Seguindo” ou “Para você” para ter acesso às listas de vídeos;
3. Na lateral direita estão os botões de curtir, comentar e compartilhar por WhatsApp (Figura 12).

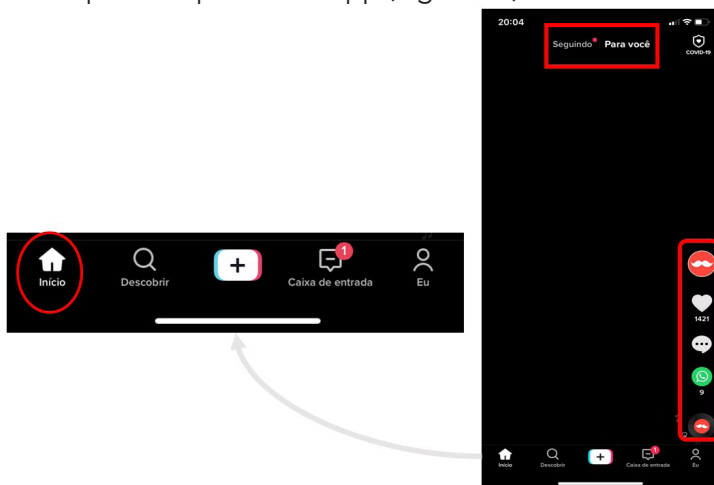


Figura 12. Como ver vídeos no Tik Tok.

## Como publicar um vídeo no Tik Tok

1. No menu principal, clique no ícone “+” (Figura 13);
2. Grave um vídeo tocando no botão principal de captura. Se preferir, envie um conteúdo já salvo na “Galeria” tocando no ícone de fotografia (Figura 13);
3. No menu lateral, há opções para alternar entre a câmera frontal e a traseira. É possível ainda mudar a velocidade da gravação, ativar o modo de embelezamento ou adicionar filtros (Figura 13);
4. Ao concluir a captura do vídeo, é possível adicionar sons,

efeitos, texto e stickers (figurinhas) (Figura 14);

5. Por último, adicione uma descrição do vídeo, inclua hashtags e marque seus amigos (Figura 14);

6. Pronto! Clique em “Publicar” e seu primeiro vídeo estará na plataforma (Figura 14).

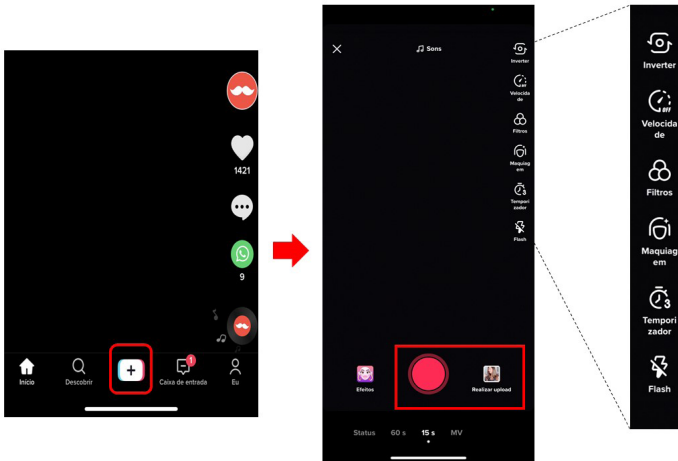


Figura 13. Como publicar um vídeo no Tik Tok.

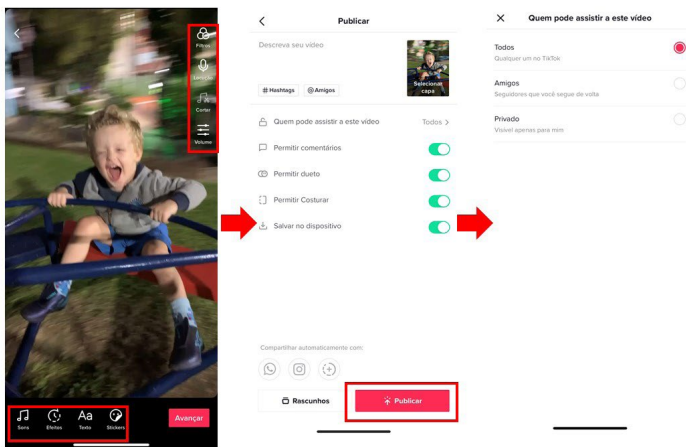


Figura 14. Publicar vídeo no Tik Tok.