

Setembro Amarelo

O SENTIMENTO NAS REDES SOCIAIS

O buzz gerado pela campanha #SetembroAmarelo nos leva a questionar a forma como usuários utilizam a internet para expressar seus sentimentos. Por isso, nós da Infobase Interativa reunimos alguns dados interessantes sobre o assunto. Confira!

O Facebook analisa nossas publicações

O FACEBOOK FEZ UM ESTUDO BASEADO NA FAMOSA FRASE "NO QUE VOCÊ ESTÁ PENSANDO?". ALL FORAM ANALISADOS 32 MILHÕES DE POSTS.

No estudo, também foi constatado 14 milhões analisam a função "curtir você está se sentindo?", e 10 milhões de publicações sem a frase



PUBLICAÇÕES NEGATIVAS RECEBEM 36% MAIS COMENTÁRIOS

Quando relacionadas a autoestima, recebem o dobro de comentários, com mensagens de conforto



POSTS POSITIVOS RECEBEM 58% mais likes
Se relacionadas a autoestima, recebem 71% mais likes

dizem os especialistas...

EMBORA DEPRESSÃO E TRISTEZA SEJAM TERMOS DIFERENTES, SELECIONAMOS ALGUNS ESTUDOS QUE RELACIONAM O USO DAS REDES SOCIAIS COM NOSSO ESTADO EMOCIONAL

Desde 2003, no dia 10 de setembro, ocorre o DIA MUNDIAL DE PREVENÇÃO DO SUICÍDIO, instituído pela OMS

Por isso, Setembro foi escolhido para ser o mês da conscientização sobre prevenção do suicídio

Conhecida como Setembro Amarelo, a campanha realizou suas primeiras atividades em 2014, em Brasília

Em 2015, a campanha ganhou destaque com a iluminação de monumentos brasileiros

Em 2016, usuários compartilharam postagens em que se ofereciam para ouvir os desabaços de pessoas depressivas



Apesar da boa intenção, eles foram alertados para o risco de atitude, visto que muitos não estão preparados para lidar com a situação

Segundo a OMS, 90% dos casos de suicídio poderiam ser evitados

A campanha tomou conta das redes sociais, gerando atitudes solidárias por parte dos usuários e levantando debates sobre o assunto



Fotos do Instagram podem dizer algo

A UNIVERSIDADE DE VERMONT desenvolveu um recurso capaz de mapear fotos do Instagram que possam indicar comportamento depressivo



A AMOSTRA

Os pesquisadores analisaram o feed de 166 pessoas, coletando quase 44 mil fotos



O DIAGNÓSTICO

Os componentes "foto" pela ferramenta foram: cores utilizadas, metadados e detecção de expressões faciais



A AVALIAÇÃO

Por fim, os usuários foram avaliados por médicos e a taxa de acerto foi de 70%, muito mais assertiva que o esperado



A ESTÉTICA

Fotos postadas por pessoas depressivas costumam exibir tons frios e escuros de azul e cinza

Shutterstock mede as emoções



TRISTEZA 101



ALEGRIA 86



AMOR 73



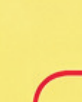
MEDO 71

A EMPRESA OBSERVOU QUE A EMOÇÃO NA QUAL APRESENTOU MAIOR CRESCIMENTO FOI A TRISTEZA

A Shutterstock utilizou as informações das mais de 300 milhões de downloads em seu banco de imagens, se baseando nas palavras-chave ligadas a esses fotográficos, usando os anos 2014 e 2015 como comparativo.

Um caminho para a depressão

CIENTISTAS DA UNIVERSIDADE DE CORNELL analisaram quase 700 mil perfis de usuários do Facebook e observaram que:



Usuários apresentados a informações positivas, UTILIZAM PALAVRAS POSITIVAS EM SUAS PUBLICAÇÕES.



Pessoas expostas a conteúdos negativos, UTILIZAM PALAVRAS NEGATIVAS EM SUAS ATUALIZAÇÕES.



... AFETANDO DIRETAMENTE PESSOAS QUE PODEM SOFRER DE DEPRESSÃO.

Atividades

- Qual é o tema central do texto acima?
- Que questionamentos foram levantados pelo buzz gerado pela campanha do setembro Amarelo?
- Segundo análise do facebook, que tipo de publicação recebe mais curtidas?
- Segundo análise do facebook, que tipo de publicação recebe mais comentários?
- O que deu destaque à campanha pela prevenção ao suicídio em 2015?
- O que deu destaque à campanha pela prevenção ao suicídio em 2016?
- Qual é a conclusão da OMS sobre os casos de suicídio?
- Que conclusão foi tirada pela faculdade de Vermont sobre as fotos do Instagram?
- Shutterstock é uma agência de banco de imagens, com sede em Nova York. Possui um arquivo de 90 milhões de imagens entre fotos. Que observação foi feita por essa empresa?
- Quis foram as conclusões da universidade de Cornell sobre os usuários das redes sociais?



Setembro amarelo

O SENTIMENTO NAS REDES SOCIAIS

O buzz gerado pela campanha #SetembroAmarelo nos leva a questionar a forma como usuários utilizam a internet para expressar seus sentimentos. Por isso, nós da Infobase Interativa reunimos alguns dados interessantes sobre o assunto. Confira!

O Facebook analisa nossas publicações

O FACEBOOK FEZ UM ESTUDO BASEADO NA FAMOSA FRASE "NO QUE VOCÊ ESTÁ PENSANDO?" ALL FORAM ANALISADOS 32 MILHÕES DE POSTS.

No estudo, também foi constatado 14 milhões analisam a função "curtir você está se sentindo?", e 10 milhões de publicações sem a frase



PUBLICAÇÕES NEGATIVAS RECEBEM 36% MAIS COMENTÁRIOS

Quando relacionadas a autoestima, recebem o dobro de comentários, com mensagens de conforto



POSTS POSITIVOS RECEBEM 58% mais likes

Se relacionadas a autoestima, recebem 71% mais likes

dizem os especialistas...

EMBORA DEPRESSÃO E TRISTEZA SEJAM TERMOS DIFERENTES, SELECIONAMOS ALGUNS ESTUDOS QUE RELACIONAM O USO DAS REDES SOCIAIS COM NOSSO ESTADO EMOCIONAL



Desde 2003, no dia 10 de setembro, ocorre o DIA MUNDIAL DE PREVENÇÃO DO SUICÍDIO, instituído pela OMS



Por isso, Setembro foi escolhido para ser o mês da conscientização sobre prevenção do suicídio

Conhecida como Setembro Amarelo, a campanha realizou suas primeiras atividades em 2014, em Brasília



Em 2015, a campanha ganhou destaque com a iluminação de monumentos brasileiros



Em 2016, usuários compartilharam postagens em que se ofereciam para ouvir os desabafos de pessoas depressivas



Apesar da boa intenção, eles foram alertados para o risco de atitude, visto que muitos não estão preparados para lidar com a situação



A campanha tomou conta das redes sociais, gerando atitudes solidárias por parte dos usuários e levantando debates sobre o assunto

Segundo a OMS, 90% dos casos de suicídio poderiam ser evitados



Fotos do Instagram podem dizer algo

A UNIVERSIDADE DE VERMONT desenvolveu um recurso capaz de mapear fotos do Instagram que possam indicar comportamento depressivo



A AMOSTRA

Os pesquisadores analisaram o feed de 166 pessoas, coletando quase 44 mil fotos



O DIAGNÓSTICO

Os componentes "foto" pela ferramenta foram: cores utilizadas, metadados e detecção de expressões faciais



A AVALIAÇÃO

Por fim, os usuários foram avaliados por médicos e a taxa de acerto foi de 70%, muito mais assertiva que o esperado



A ESTÉTICA

Fotos postadas por pessoas depressivas costumam exibir tons frios e escuros de azul e cinza

Shutterstock mede as emoções



TRISTEZA 101



ALEGRIA 86



AMOR 73



MEDO 71

A EMPRESA OBSERVOU QUE A EMOÇÃO NA QUAL APRESENTOU MAIOR CRESCIMENTO FOI A TRISTEZA

A Shutterstock utilizou as informações das mais de 300 milhões de downloads em seu banco de imagens, se baseando nas palavras-chave ligadas a esses fotográficos, usando os anos 2014 e 2015 como comparativo.

Um caminho para a depressão

CIENTISTAS DA UNIVERSIDADE DE CORNELL analisaram quase 700 mil perfis de usuários do Facebook e observaram que:



Pessoas expostas a conteúdos negativos, UTILIZAM PALAVRAS NEGATIVAS EM SUAS ATUALIZAÇÕES.

Atividades

- Qual é o tema central do texto acima?
- Que questionamentos foram levantados pelo buzz gerado pela campanha do setembro Amarelo?
- Segundo análise do facebook, que tipo de publicação recebe mais curtidas?
- Segundo análise do facebook, que tipo de publicação recebe mais comentários?
- O que deu destaque à campanha pela prevenção ao suicídio em 2015?
- O que deu destaque à campanha pela prevenção ao suicídio em 2016?
- Qual é a conclusão da OMS sobre os casos de suicídio?
- Que conclusão foi tirada pela faculdade de Vermont sobre as fotos do Instagram?
- Shutterstock é uma agência de banco de imagens, com sede em Nova York. Possui um arquivo de 90 milhões de imagens entre fotos. Que observação foi feita por essa empresa?
- Quis foram as conclusões da universidade de Cornell sobre os usuários das redes sociais?



Falar é acolher.
Escutar também
salva vidas.



Página do Professor

Setembro Amarelo

Leitura, reflexão e responsabilidade nas redes sociais

Juntos
por uma
vida com
mais sentido!



1. Sobre a atividade

Componente curricular: Língua Portuguesa

Ano: 9º ano do Ensino Fundamental

Tema: Setembro Amarelo, redes sociais e saúde emocional

Gênero textual: Infográfico/texto informativo multissemiótico

Práticas de linguagem: Leitura/escuta e análise linguística/semiótica

Campo de atuação: Jornalístico-midiático e vida pública



2. Objetivos da atividade

- Compreender informações explícitas apresentadas no texto.
- Localizar dados e informações específicas.
- Interpretar informações por meio de diferentes linguagens.
- Relacionar elementos verbais e não verbais.
- Compreender resultados de pesquisas apresentados no infográfico.
- Identificar conclusões de pesquisadores e instituições.
- Refletir sobre a influência das redes sociais na expressão de sentimentos.
- Desenvolver uma postura crítica e responsável diante das informações digitais.
- Reconhecer a importância da empatia e da escuta na prevenção ao suicídio.



3. Competências Gerais da BNCC

- 1 Conhecimento:** compreender e utilizar conhecimentos para interpretar a realidade e contribuir para uma sociedade mais justa.
- 4 Comunicação:** utilizar diferentes linguagens para expressar e compartilhar ideias, informações e sentimentos.
- 5 Cultura Digital:** utilizar tecnologias digitais de forma crítica, ética e responsável.
- 7 Argumentação:** argumentar com base em fatos, dados e informações confiáveis.
- 8 Autoconhecimento e autocuidado:** reconhecer e compreender emoções, sentimentos e a importância do cuidado consigo e com os outros.
- 9 Empatia e cooperação:** exercitar o diálogo, a empatia, o respeito e a cooperação.



4. Habilidades da BNCC – 9º ano

EF89LP03

Analisar textos de diferentes gêneros, considerando informações explícitas e implícitas, posicionamentos e sentidos.

EF89LP04

Identificar e analisar posicionamentos e pontos de vista presentes em textos de diferentes gêneros.

EF89LP07

Analisar os efeitos de sentido produzidos pela composição de diferentes elementos semióticos (verbais e não verbais).

EF09LP01

Analisar o fenômeno da disseminação de notícias falsas nas redes sociais e desenvolver estratégias para reconhecê-las, considerando fonte, autoria, data, veículo e comparação entre fontes.



5. Objetos de conhecimento

- Estratégias de leitura.
- Compreensão e interpretação textual.
- Informações explícitas e implícitas.
- Textos multissemióticos.
- Relação entre linguagem verbal e não verbal.
- Efeitos de sentido.
- Análise de informações e dados.
- Campo jornalístico-midiático.
- Cultura digital.
- Leitura crítica de informações.



6. Orientações para a aplicação

- Inicie com uma conversa sobre o Setembro Amarelo e a importância da prevenção ao suicídio.
- Apresente o infográfico e peça que os alunos observem inicialmente os títulos, imagens, números e instituições mencionadas.
- Em seguida, solicite a leitura individual e a resolução das questões.
- Promova a correção coletiva, incentivando a participação e o diálogo.
- Estimule a reflexão sobre o uso responsável das redes sociais e a importância da empatia.



7. Atenção ao abordar o tema

O tema suicídio deve ser tratado com sensibilidade e cuidado. Evite perguntas que levem os estudantes a expor experiências pessoais. Trabalhe o tema de forma educativa e preventiva, valorizando o respeito, a empatia e o acolhimento. Caso algum estudante manifeste sofrimento, encaminhe a situação conforme os protocolos da escola.

“Pequenos gestos podem fazer
uma grande diferença.
Informação também salva vidas!”



Informar
Acolher
Respeitar
Salvar vidas!

Página do Professor

Setembro Amarelo

Leitura, reflexão e responsabilidade nas redes sociais

Saúde
mental
também
é assunto
de escola!



8. Gabarito das atividades

- 1 O tema central é a relação entre as redes sociais e o estado emocional das pessoas, destacando a campanha Setembro Amarelo e a prevenção do suicídio.
- 2 Foram levantados questionamentos sobre a forma como os usuários utilizam a internet para expressar seus sentimentos.
- 3 As publicações positivas recebem mais curtidas, 58% a mais.
- 4 As publicações negativas recebem mais comentários, 36% a mais.
- 5 Em 2015, a campanha ganhou destaque com a iluminação de monumentos brasileiros.
- 6 Em 2016, os usuários compartilharam postagens em que se ofereciam para ouvir os desabafos de pessoas depressivas.
- 7 Segundo a OMS, 90% dos casos de suicídio poderiam ser evitados.
- 8 A Universidade de Vermont concluiu que as fotos do Instagram podem indicar comportamentos depressivos.
- 9 A Shutterstock observou que a tristeza foi a emoção que apresentou maior crescimento nas imagens analisadas.
- 10 Os usuários expostos a conteúdos negativos tendem a utilizar mais palavras negativas em suas publicações, enquanto aqueles expostos a informações positivas utilizam mais palavras positivas.



9. Sugestão de atividade complementar

“Redes sociais: que mensagem queremos deixar?”

Após a correção, proponha aos alunos que produzam uma mensagem de conscientização sobre empatia, respeito, acolhimento e responsabilidade nas redes sociais.



A atividade pode ser realizada por meio de:

- cartaz;
- post para redes sociais (no papel);
- frase de impacto;
- pequeno texto de conscientização;
- desenho com mensagem.

Escolha
palavras que
acolhem
e não que
ferem.”

As produções podem ser expostas em um mural da escola ou utilizadas em uma pequena campanha de conscientização.



10. Avaliação

- Participação nas discussões.
- Compreensão das informações do texto.
- Capacidade de localizar e interpretar dados.
- Relação entre elementos verbais e visuais.
- Argumentação e posicionamento durante o debate.
- Postura respeitosa diante do tema.
- Criatividade e adequação na atividade complementar.
- Uso responsável da linguagem.



Sugestão: avaliação formativa, considerando o processo, a participação e o envolvimento do estudante.



11. Encerramento para o professor

Mais do que compreender informações, esta atividade busca estimular os estudantes a perceberem que as palavras, imagens e atitudes compartilhadas nas redes sociais podem produzir efeitos sobre outras pessoas. Trabalhar o Setembro Amarelo na escola é também uma oportunidade para fortalecer a empatia, o diálogo, o respeito e a cultura do cuidado.

“Escuta, respeito
e empatia também
transformam o mundo.”



Blog Ello Educar



Juntos por uma vida com mais sentido!



ATENÇÃO: AVISO IMPORTANTE SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Posso compartilhar o material com outros professores?

Todo o conteúdo deste material foi desenvolvido com dedicação e exclusividade pela autora Lídia Maria Sousa de Lima para o Blog Ello Educar.:

Permitido:

- Imprimir o arquivo PDF gratuitamente quantas vezes desejar para aplicação direta com seus alunos em sala de aula ou com seus filhos em ambiente doméstico.
- Utilizar o material em atividades pedagógicas presenciais ou remotas, preservando sua autoria.ar.

Não permitido:

- Realizar cópia, plágio, comercialização, modificação ou redistribuição do arquivo digital em grupos de WhatsApp, Telegram, redes sociais, plataformas de compartilhamento ou outros sites.
- Remover a identificação de autoria ou alterar o conteúdo do material.
- Publicar o PDF em qualquer ambiente digital sem autorização da autora.

Agradecemos por acompanhar o trabalho do Ello Educar. Valorizar, compartilhar e utilizar nossos conteúdos ajuda a manter projetos educativos de qualidade disponíveis gratuitamente para professores e estudantes.

Gostou desse material?

Nos siga em nossas redes sociais e fique por dentro das nossas atualizações



[@elloeducar](https://www.instagram.com/_elloeducar)



Blog [Ello Educar](https://elloeducar.com.br)



[Ello Educar](https://elloeducar.com.br)



Fale conosco por meio de nossa e-mail:

contato@elloeducar.com.br

Ou através de nosso formulário de contato

[Contato - Ello Educar](#)



Acompanhe o nosso blog e não perca nenhuma atualização!

Adicione nosso site aos seus favoritos e tenha acesso diário a conteúdos educativos, artigos exclusivos, planos de aula e sugestões de atividades para enriquecer sua prática pedagógica. Inspire-se, compartilhe e transforme sua sala de aula com a gente!



[Blog Ello Educar](https://elloeducar.com.br)