
Espelho Digital: as potencialidades educacionais do podcast no estudo sobre os usos e apropriações juvenis nas mídias sociais¹

Sarah Helena Felício da Cruz Brito ²
Luan Correia Cunha Santos ³
Universidade Federal do Acre- UFAC

Resumo

Em uma era na qual o uso da internet e das mídias sociais no Brasil e no mundo cresce cada vez mais, principalmente entre a população mais jovem, faz-se necessário um estudo de análise desse uso, bem como de seus efeitos. O projeto experimental aqui proposto trata-se de um podcast que busca oferecer um debate acerca da utilização e apropriações das mídias no público juvenil, de forma a proporcionar reflexões que possibilitem a mitigação de situações comportamentais e de consumo exacerbadas. A construção do produto deve ter uma abordagem educacional, que inclui o próprio público-alvo em sua construção, além de entrevistas com especialistas que complementarão tais relatos.

Palavra-chave: mídias sociais, jovens, educação, podcast

Tema

O projeto experimental em questão trata-se de um podcast voltado para o público adolescente, que trate de educação midiática. O produto deverá ter uma abordagem educacional, promovendo o debate e incentivando a reflexão sobre o uso das mídias sociais por jovens.

Problema de pesquisa

Como a produção de um podcast educacional contribui para uma reflexão sobre os usos que os jovens fazem das mídias sociais e o debate sobre as estratégias que podem ser adotadas para mitigar situações comportamentais e de consumo exacerbadas, devido às influências deste uso?

Objetivo geral

Produzir um podcast, que incentive a reflexão por parte dos jovens sobre o uso das mídias sociais e que busque mitigar situações comportamentais e de consumo exacerbadas, devido às consequências deste uso.

Objetivos específicos

1. Definir um conceito de Educação que possa ser operacionalizado junto com uma metodologia para a produção do podcast;

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre- UFAC, email: sarah.brito@sou.ufac.br

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Jornalismo do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Acre, email: luan.correia@ufac.br

-
2. Investigar os usos e apropriações que os jovens fazem das mídias sociais, buscando identificar padrões de consumo e comportamento;
 3. Oferecer uma crítica, através do podcast, sobre os usos de mídias sociais e suas consequências por parte de um público jovem.

Justificativa

De acordo com o Relatório Digital de abril de 2025, publicado pelo DataReportal, o número de perfis existentes nas mídias sociais é de 5,31 bilhões, equivalente a 64,7% da população total do mundo. Já os dados mais recentes do Brasil, referentes ao mês de janeiro de 2025, revelam que a quantidade de perfis equivale a 67,8% da população do país, com 144 milhões de identidades de usuários de mídia social. Além disso, segundo pesquisa veiculada no Jornal Hora 1 (2023), os brasileiros passam uma média de 9h por dia no smartphone ou em outros aparelhos eletrônicos, uso que é feito majoritariamente na internet. Existem diversas razões biológicas que explicam os motivos que levam um indivíduo a permanecer no celular e nas redes sociais digitais. A principal delas é referente à dopamina liberada no cérebro, quando recebemos os micro estímulos provenientes das mídias sociais, através das curtidas, comentários e contínuas atualizações no feed. Ou seja, tal neurotransmissor é o responsável pela regulação da sensação de prazer, satisfação e humor, fatores que podem gerar certo vício nos usuários das mídias sociais (BBC News Brasil, 2024).

Além disso, existe um recorte etário no qual tais estímulos tornam-se ainda mais difíceis de serem contidos: a adolescência e juventude. Isso acontece porque nos jovens o lobo córtex-frontal ainda não é completamente desenvolvido, portanto a tomada de decisões ainda não é feita com tanta eficácia, fazendo-se necessário gerar reflexões que proporcionem aos jovens um uso mais consciente das mídias sociais.

O Podcast foi escolhido como produto para esse propósito, pois seu formato se comunica melhor com o público-alvo em questão, ou seja, seu formato possui maior liberdade de estruturação, linguagem e abordagem das temáticas, tornando mais acessível e promovendo de forma mais eficaz a reflexão da temática entre os jovens e adolescentes.

Referencial Teórico

O referencial teórico foi trabalhado com base em três tópicos considerados primordiais para a temática e resolução do problema de pesquisa: mídias digitais, educomunicação e podcast, respectivamente. Iniciamos com os usos e apropriações das mídias sociais por parte dos jovens, por ser o objeto de pesquisa, seguindo para o

estabelecimento de um conceito de educomunicação, visto que este configurará a abordagem das entrevistas e do produto gerado, o podcast, sendo este, portanto, o termo final.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a adolescência se inicia aos 10 anos de idade e vai até os 19, sendo que a juventude acontece entre 15 e 24 anos, atualmente correspondendo à geração Z (1995-2010). Tal convenção é seguida pelo Ministério de Saúde do Brasil, portanto, é a mesma faixa etária adotada neste projeto ao se referir a *jovens*.

Os usos das mídias realizados por estes jovens, que antes desempenhavam um grande papel na propagação de informações e de entretenimento à população (MCQUAIL apud GOMES, 2004), agora adquirem qualidade de uso social, abrindo espaço ao consumo de identidades (FELIZOLA; BRAGA, 2017).

Andrade (2023) concorda ao afirmar que “as práticas sociais midiáticas estão sempre vinculadas às estruturas e formações sociais onde os processos acontecem” (Andrade apud Maldonado 2014. p. 39). O autor disserta que as redes sociais digitais também são espaço de construção de narrativas personalizadas, envolvendo aspectos de cada realidade, de forma que, dentro das plataformas, os jovens seriam sujeitos comunicantes.

Dentre *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*), *Snapchat* e *Tik-tok*, Abreu (2023) explica a relevância do estudo do Instagram, visto que possui recursos agregados similares aos disponíveis nas outras mídias sociais mencionadas anteriormente, possibilitando, assim, maior aderência do público jovem. Com base em reportagem da BBC News (2023), a autora também alerta sobre o uso excessivo do *Tik-tok*, retomando a fala do executivo-chefe do Centro de Combate ao Ódio Digital, Imran Ahmed, que afirma que a plataforma “é o crack dos algoritmos. É o que mais vicia, é o mais perigoso e o que precisa ser tratado com mais urgência”, tendo em vista seu foco na produção em vídeos curtos.

As mídias sociais mencionadas anteriormente, apresentam modelos de comportamento (Kellner, 2001 apud Reis, 2022) tendências de consumo e de mercado. Além disso, põem em evidência questões como senso de pertencimento dentro dos grupos sociais tanto online quanto em seus ecos na realidade (Reis apud Silverstone, 2002).

Adentrando agora no segundo ponto, *educomunicação* trata-se de um neologismo que integra as áreas de educação e comunicação em uma só, contudo para além de seus significados, gera-se um novo produto: a ação, pois são campos de conhecimento que

resultam na ação como elemento principal (Silva, Bento & Teixeira, Marcelo. 2015). O educador argentino Mário Kaplún (1985) reforça a importância da comunicação dentro dos processos de educação, pois para ele, a junção destes dois campos pode ser essencial para uma transformação dos sujeitos e suas comunidades. De acordo com Kaplún (1985), a educação não deve focar apenas nos resultados, mas principalmente no processo. Ou seja, a formação dos sujeitos será eficaz e alcançará um nível integral quando lhes forem dados meios para que eles próprios produzam e aprendam.

Dessa forma, o projeto seguirá a abordagem educacional, na medida em que foca no processo e inclui os sujeitos nas discussões, sugerindo temáticas e realizando conversas, de modo a instigá-los a pensar e refletir sobre redes sociais digitais, conforme o decorrer das etapas de produção do podcast.

Por fim, quando se busca uma origem do termo podcast bem como de suas práticas, existem certas divergências bem como pontos comuns. Mas a primeira vez que o termo apareceu em meio público, foi no artigo “Revolução Audível” publicado em 2004 por Ben Hammersley, no qual se refere a “prática de experiências sonoras de comunicadores de várias esferas” tomando como ponto de partida as novas tecnologias de reprodução de áudio (Santos, 2022). O ambiente que propiciou o surgimento dessa nova modalidade encaixa-se com o contexto descrito por Manuel Castells (2001) sobre a cultura da internet, composta por quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial. “Juntas, elas contribuem para uma ideologia da liberdade que é amplamente disseminada no mundo da Internet” (Castells, 2001, p. 42). Dentre as quatro camadas, a de hackers possui uma ligação mais estreita com a cultura dos podcasts. Este grupo relacionava-se com a inovação e cooperação através de uma comunicação livre e horizontal. Logo, criou-se um ambiente mais propício à diálogos de opiniões, bem como de novas criações coletivas, cenário propício para o início do podcast.

Contudo, no que diz respeito à própria definição de sua prática, existem diversas vertentes diferentes que explicam o que compõe um podcast, mas no projeto em questão, ele será trabalho em cima de uma definição híbrida, que junta suas influências do rádio com a web, ou seja, conteúdo de áudio em espaços ou lógicas do ciberespaço (Santos 2019). Este formato, como mídia híbrida, possui grandes elementos do rádio, como sua linguagem fluida e sentimento de maior proximidade do ouvinte, como as emissoras

radiofônicas tradicionais (Costa, 2017). Mas além disso, possui maior liberdade de estruturação e criação de conteúdos alternativos, que apesar de não serem tão comuns nos rádios tradicionais, é característico da internet (Yoshimoto, 2014).

Metodologia

Este trabalho se vale da concepção de que cada projeto é único em suas especificidades e que cada pesquisador, a partir de sua artesanaria científica, deve elaborar sua própria metodologia, de maneira a desenvolver e privilegiar a práxis investigativa (Aguiar, 2017; Rolnik, 1997; Mills, 2009). Desta maneira, para dar conta do problema de pesquisa que versa sobre a produção de um podcast, com abordagem educacional, em contexto dos usos e apropriações que jovens fazem das mídias sociais, elaboramos uma metodologia que reúne inspirações bibliográficas, através da pesquisa-da-pesquisa (Bonin, 2011) e também das Cartografias da Produção (Santos, 2019) que permitirá acompanhar os processos de pesquisa para roteirização, gravação, edição e publicação do podcast.

A primeira parte do projeto corresponde ao processo de contextualização. Para realizá-lo, fizemos um procedimento com inspirações bibliográficas, criado por Jiani Bonin (2011), denominado de pesquisa-da-pesquisa. Tal procedimento busca reconstituir e analisar de maneira crítica a bibliografia recente de determinada área de conhecimento sobre determinado assunto, permitindo problematizá-la e atualizá-la (Bonin, 2011). Para nossa pesquisa contextual, foi realizada uma busca no portal de teses e dissertações da CAPES, nele, foram utilizadas as palavras-chave “Mídias Sociais” e “jovens”, pois referem-se à temática principal do projeto. Em seguida, foi aplicado um filtro por área de conhecimento, voltado para comunicação, e outro recorte temporal dos anos 2021 a 2023, devido às grandes mudanças tecnológicas e de consumo midiático ocorridas decorrentes da pandemia da Covid-19. Dessa forma, resultaram 21 dissertações, das quais todos os resumos foram lidos e novamente filtrados com base no que interessava ao problema de pesquisa, restando 6, dos quais 3 foram lidos, e apenas dois aproveitados, sendo organizados em fichamentos. Optamos por esta busca inicial no catálogo da Capes por compreender que parte significativa da pesquisa que produzimos no nosso campo, no Brasil, se dá dentro dos cursos de mestrado e doutorado (Bonin, 2011). Além disso, grande parte da bibliografia utilizada foi escolhida com base no conhecimento prévio dos autores.

Com inspirações cartográficas, com base o que nos indica Deleuze e Guattari (1995), de que a cartografia não produz um mapa fechado em si mesmo, mas sim, um desenho do caminho percorrido pela pesquisadora/comunicadora, tendo como matéria prima suas experiências de pesquisa e de vida, e que permitem acompanhar os movimentos da produção enquanto ela ocorre. Considerando que o projeto experimental aqui proposto trata-se de uma produção comunicacional no formato de podcast, julgo ser adequada a proposição metodológica que acompanha os processos e experiências de produção. Desta maneira, nosso desenho cartográfico, constituído de roteirização, produção, gravação, edição e distribuição, não são caminhos fixos ou imutáveis, mas indicam o caminho singular desta experiência de produção, abrindo assim possibilidades para outras concepções e arranjos (Santos, 2019).

A segunda parte do projeto refere-se à produção do podcast. Antes de chegar às gravações serão realizados momentos de conversa com jovens de curso técnico de audiovisual, que tem entre 17 e 18 anos, bem como com sua professora. Nesses momentos, serão abordadas, de forma livre, as temáticas envolvidas no projeto, de forma a incentivá-los a compartilhar suas opiniões de forma espontânea e coletiva, tendo como objetivo principal o levantamento de quais assuntos voltados para as mídias sociais mais interessam os jovens, além de já selecionar quais farão parte do projeto do podcast. Em seguida, iniciam-se as gravações, que serão realizadas em três etapas:

A primeira etapa refere-se a entrevistas individuais realizadas com os seis jovens pré-selecionados, com o intuito de traçar um perfil de cada um, abordando seus hábitos e preferências dentro das redes sociais, bem como recolher suas opiniões sobre tópicos além das redes sociais, como inteligência artificial e a proibição de celular nas escolas. Na segunda etapa, serão realizadas entrevistas com profissionais da área da educação, como professores, mediadores ou pedagogos; psicologia, como neuropsicólogos, ou comunicação, como jornalistas, que buscarão analisar os relatos e traçar os padrões de consumo e comportamento dos jovens, oferecendo também profundidade científica ou acadêmica à área analisada, além de buscarem possíveis soluções para os exageros observados. E por fim, as gravações se encerrarão com rodas de conversas com dois grupos de três jovens, a fim de obter sua interação e propor mais uma discussão coletiva sobre cenários que envolvam o uso das redes sociais digitais. Todas as entrevistas serão gravadas presencialmente no laboratório de radiojornalismo do bloco Walter Félix II da Universidade Federal do Acre.

Passado o processo de gravação, inicia-se a decupagem do material para produção do roteiro dos episódios. Dessa forma, as gravações de cada depoimento e conversa serão recortadas e reagrupadas, buscando mesclar as personagens, tanto jovens, quanto especialistas, de acordo com cada temática abordada ao longo do processo. As temáticas serão abordadas em uma temporada com episódios de duração média de 20 minutos. Com isso, a intenção é formar um modelo mais fluido de podcast, utilizando um estilo de montagem de *storytelling*. Para isso, o conteúdo será editado através do aplicativo *Audacity*.

Por fim, o projeto também pretende envolver os jovens que participaram das gravações no processo de escolha de nome do podcast e produção de uma arte gráfica que seja sua capa, a fim de ser distribuído digitalmente em plataformas de áudio, como o Spotify, a fim de que alcance outros jovens.

Referências

ABREU, Maria Evilene de Sousa. **Rastros No Meio Digital: O Consumo E Uso Cultural Das Redes Sociais Pelos Jovens de Muquém a Partir do Instagram Stories**. Tese de Doutorado. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará. 2023

AGUIAR, Lisiane Machado. **Normalizações do saber-poder metodológico no campo da comunicação: por um étodo da diferença nos processos institucionais de produção de conhecimento científico**. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre. 2017.

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001

DELEUZE, Gilles. **Bergsionismo**. São Paulo: Editora 34, 1999.

DO CURTO!, E. DE C. **We Are Social e HootSuite - Digital 2021** [Resumo e Relatório Completo]. Amper, 3 maio 2022. Disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. Acesso em: 21 mar. 2025

HOUAISS, Antônio. **Míni Houaiss: Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular**. Equador: Ediciones CIESPAL, 1985.

KEMP, Simon. **Digital 2025 April global statshot report**. DataReportal – Global Digital Insights. 23, Abril 2025. Disponível em : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-april-global-statshot>. Acesso em: 04 jul. 2025.

KEMP, Simon. **Digital 2025: Brazil**. DataReportal – Global Digital Insights. 3, Março 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em: 04 jul. 2025.

MILLS, Charles Wright. Sobre o artesanato intelectual. In: _____. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

REIS, João Victor Vieira. **Jovens e Consumo Midiático**: Análise dos Usos Sociais das Mídias dos Jovens Campo-Grandenses. Dissertação de mestrado. Campo Grande: Universidade de Mato Grosso do Sul, 2022,

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental da América**: produção do desejo na era da cultura industrial. 250f. Tese. (Doutorado em Psicologia Social). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social. 1987.

SAGGIN, L. F. **Educomunicação, Mídias Digitais E Cidadania**: Apropriações De Oficinas Educomunicativas Por Jovens Da Vila Diehl Na Produção Do Blog Semeando Ideias. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS., 2016

SANTOS, Luan Correia Cunha. Podcast e Hibridização: A historicidade do conceito de podcast em trabalhos de pós-graduação no campo da comunicação no Brasil. In: **Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom: São Paulo. 2022.

SANTOS, Luan Correia Cunha. **Podcasting Macunaíma**: Atualizações da estética antropofágica para a linguagem híbrida do podcast. Monografia de conclusão de curso. Boa Vista: Universidade Federal de Roraima. 2019.

Saúde do Adolescente e Jovens. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/saude-do-adolescente>> Acesso em: 3 de mai. 2025

SILVA, Bento; TEIXEIRA, Marcelo. **A Educomunicação do Rádio**. In Torres, P. L. (org.). Tecnologias Digitais para Produção do Conhecimento no Ciberespaço. Curitiba: SENAR - PR, pp. 108-123. 2015.

TikTok define limite diário de uso de 60 minutos para menores de 18 anos - BBC News Brasil. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c29jypee9peo>>. Acesso em: 18 mai. 2025.