

INDIVIDUALIDADE NA ERA DO *AESTHETIC*: Análise do episódio “*Trends e modinhas: as redes moldam a identidade?*” do podcast Café da Manhã¹

Ana Paula de Mesquita Gomes²

Maria Letícia Caroline Freitas Medeiros³

Lorena Aracelly Cabral de Oliveira⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN

RESUMO

A popularização de tendências estéticas na internet transformou a maneira como os jovens enxergam a individualidade e os seus hábitos de consumo. A partir da análise de um dos episódios do podcast Café da Manhã, com a participação do antropólogo Michel Alcoforado, torna-se perceptível que o desaparecimento das gerações mais novas com a construção de uma identidade sólida, o que causa alterações em suas percepções de mundo.

PALAVRAS-CHAVE: *aesthetic*; tendências; consumo; *podcast*; identidade.

As tendências, *trends*, modinhas ou até mesmo *aesthetics* vêm ganhando notoriedade no cotidiano dos jovens. Com o avanço da tecnologia, essas tendências, que antes costumavam permanecer apenas no espaço virtual, ultrapassaram o meio online e estão cada vez mais presentes no mundo físico — ou seja, na vida cotidiana dos jovens.

Tanto o termo *trends* como o *aesthetic* são palavras de origem inglesa, traduzidas como tendências e estética respectivamente, e dentro do âmbito das mídias sociais são utilizadas em conjunto para se referir a conteúdos populares e classificar características específicas. Dentro da lógica dos *aesthetics* existe uma construção de novas subculturas próprias da internet, todas voltadas a seguir um ideal estético, que se popularizam ao promover não somente padrões visuais como estilos de vida. A historiadora de moda Ana Caporice (2020) destacou que, em 2020, durante a pandemia de Covid-19, essas tendências foram impulsionadas pelo contexto pandêmico – o isolamento social, visto que as atividades sociais desapareceram. Dessa maneira,

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em podcast, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

²Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Rádio, TV e Internet da UERN, email: ana20230055571@alu.uern.br.

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Rádio, TV e Internet da UERN, email: maria20230055590@alu.uern.br.

⁴ Professora substituta no curso de Rádio, TV e Internet no Decom/UERN. Doutoranda e Mestra em Estudos de Mídia (PPgEM) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, email: lorycaoly@gmail.com.

influenciou os jovens a sentirem a necessidade de manter o contato social, encontrando, assim, nas redes sociais uma solução para essa lacuna.

Considerando que grande parte da socialização dos adolescentes e jovens adultos que possuem acesso à internet ainda acontece online, determinados nichos se tornam cada vez mais imersivos. Enquanto presentes em um ambiente que apresenta uma multiplicidade de estilos, se tornou comum a escolha de *aesthetics* como forma de identificação, inicialmente se tratando de escolhas visuais, mas que logo evoluiu para estilos de vida. O aspecto visual se torna uma maneira de comunicar um padrão de comportamento pré-estabelecido, indicando aspectos como vestimenta, locais frequentados, mídia e arte consumida, alimentação e hábitos.

Diante do cenário apresentado, o estudo desenvolvido pretende analisar as discussões referentes à temática através do podcast, uma mídia sonora semelhante a um programa de rádio personalizado, acessado através da internet. O termo surgiu a partir da junção entre as palavras *Ipod*, um aparelho reproduzidor de áudio criado pela empresa *Apple*, e *Broadcast*, que significa transmissão, e foi utilizado pela primeira vez pelo jornalista Ben Hammersley, em 2004, em um artigo para o jornal britânico *The Guardian*. Em geral, o podcast é uma mídia sonora capaz de abarcar diversos gêneros e formatos, possibilitando o desempenho de funções variadas, como entretenimento, jornalístico e educacional.

O podcast escolhido como objeto de estudo foi o Café da Manhã, que é produzido pelo jornal Folha de São Paulo em parceria com a plataforma *Spotify* desde o ano de 2019, sendo apresentado pelos jornalistas Magê Flores, Gabriela Mayer e Gustavo Simon e disponibilizado nas manhãs de segunda a sexta. Seu foco principal é trazer notícias gerais e análises com temáticas variadas, buscando relatar a informação de maneira simples e direta. A seguinte análise é referente ao episódio “Trends e modinhas: as redes moldam a identidade?”⁵ que explora o impacto das tendências presentes nas mídias digitais e como elas afetam os jovens. O episódio conta também com a presença do antropólogo Michel Alcoforado. A versatilidade da mídia sonora permite uma abordagem informativa que também se desdobra como um debate realizado com o convidado, que tem propriedade para expandir o tópico muito além do objetivo inicial.

⁵ Disponível em:

<https://open.spotify.com/episode/1e7fEBAIH0Hd6eRxPC1A4q?si=c-OaMReXSxuFy1M-KYBSxA>

O episódio se inicia com a contextualização do tema feita pelos apresentadores, a partir de indagações iniciais em relação à presença desse conteúdo nas redes sociais e à maneira como o seu consumo poderia afetar a construção de identidade dos jovens. O convidado, Michel Alcoforado, expande as ideias apresentadas citando o que ele chama de tensão cultural, um conceito que se refere a dualidade da cultura, que, ao mesmo tempo que cria um senso de reconhecimento se torna também um limite restritivo, ele acredita que as tendências surgem como uma forma de oposição a tensão causada por essa dissonância. Ele acrescenta também uma diferenciação entre as chamadas “modinhas”, que serviriam para uma função similar, porém em uma escala do dia a dia e de forma mais superficial, e as tendências, que perduram e atravessam vários aspectos da sociedade.

Em seguida, entra-se no debate sobre como as tendências afetam o consumo e o mercado, evidenciando que o consumo está cada vez mais acelerado. As pessoas estão cada vez mais ansiosas, principalmente os jovens. A necessidade de se manter relevante e ser reconhecido socialmente tornou-se quase inegociável para muitos deles. Um exemplo frequentemente citado ao longo do podcast é o caso de meninas, com idades entre 8 e 12 anos, que têm ido a lojas de cosméticos, como a famosa Sephora, para comprar produtos de *skincare*. Segundo o Dr. José Roberto Fraga Filho (2024), dermatologista, membro titular da Sociedade Brasileira de Dermatologia, em uma entrevista com o *site* Gshow, essa tendência comportamental pode trazer riscos à saúde da criança:

Crianças têm a pele com a espessura muito fina. O uso de ácidos, por exemplo, pode levar a dermatites de contato. A pele da criança não tem todas as defesas necessárias, então, se ela usar um produto de adulto, feito para uma pele madura, ela pode ter até uma queimadura.

Alcoforado destaca que o processo de adultização influencia esse padrão de consumo. Nesse sentido, os jovens acabam sendo orientados por aquilo apresentado como necessidade, sobretudo por influenciadores e marcas, em um ideal de sucesso e adultez. Além disso, ele revela que o desejo de se tornar adulta está ligado a uma ideia de sucesso construída por esses indivíduos – uma ideia que, por sua vez, vai além de sair de casa ou conseguir um emprego. Trata-se, portanto, de poder consumir e fazer o que quiserem, como uma forma de pertencimento social.

Por fim, Alcoforado é questionado sobre a falta de identidade da geração Z, visto que é uma geração que tem a capacidade de possuir muito repertório, uma vez que tem acesso, de diferentes maneiras, a outras épocas, ou seja, outras tendências. Assim, surge a questão da crise de identidade na geração Z.

De acordo com Alcoforado (2024), “Mudanças com essa velocidade que a gente vê hoje é o cenário dessa geração, que não se orienta por identidade, mas se orienta por outra palavrinha que bomba no *TikTok*, que é o *aesthetic*”. Os *aesthetics* são como essas novas subculturas se manifestam, a representação estética idealizada de cada uma delas. Para ilustrar esse ponto, existem diversos exemplos, como o *Clean girl*, associado a uma estética “limpa”, que pratica hábitos de higiene, roupas neutras, organização no dia a dia. Cada um dos diversos exemplos de *aesthetic* constitui uma representação das características das subculturas.

O ritmo acelerado de mudança de tendências possibilita uma ampla variedade de opções, e a necessidade de consumo cria um conjunto de jovens que não se prendem ao conceito de identidade. Michel Alcoforado ressalta que as gerações mais novas são atraídas pelo *aesthetic* devido à capacidade de mudá-lo a partir de como estão se sentindo no momento ou como é mais conveniente. Assim, quando estão imersos em um ambiente saturado de referências que prescrevem como viver cada aspecto de suas vidas, muitos acabam simplesmente adotando o *aesthetic* que mais lhes agrada. Esse fenômeno se desdobra para diversos âmbitos de suas vidas, sustentando-se vigorosamente na estética, conduzindo a uma mudança de estilo de vida, visando se adequar a um *aesthetic* específico, desse modo, alterando e influenciando suas escolhas de roupas, alimentação, ambientes e o consumo de mídia. Com isso, a mudança de comportamento frenética não é sólida o suficiente para sustentar uma autenticidade individual, e a possibilidade de renegar os cursos sociais só está presente para aqueles com muito dinheiro.

O aspecto visual dos *aesthetics* comunica a seus consumidores aquilo necessário para se adequar a eles, e diante dos padrões já estabelecidos socialmente, anteriores até mesmo a popularização das redes sociais, aqueles que se destacam obedecem esses mesmos padrões, assim a relação do público com os *aesthetics* depende também se eles se enxergam como pertencentes a esses fenômenos.

Logo, é evidente que a popularização dos *aesthetics* influencia na percepção de identidade pessoal, ele reforça ou se torna um novo padrão estético. Além disso, a busca por esses estilos de vida molda padrões estéticos que impactam na saúde mental daqueles que modificam suas vidas para alcançar essa estética de vida idealizada.

Alguns dos outros pontos levantados no podcast são a suposta preocupação da juventude com pautas ambientais, o que é uma realidade na Europa, mas não se vê presente em países latino americanos, e o medo das gerações mais velhas a não conseguirem se adequar aos novos paradigmas sociais, pautas essas que se conectam a ideia de tendência devido às mudanças de percepção causadas por elas. No geral, é notável como os conteúdos online se relacionam com a alteração de hábitos e formas de pensamento. A análise desse fenômeno ressoa no comportamento humano, nas identidades e relações dos jovens. Assim, reflete-se também no conteúdo consumido e nas escolhas do dia a dia. Portanto, é necessário visibilizar esse comportamento, visto que reflete na sua individualidade, consumo e percepção de mundo.

Considerações Finais

O Café da Manhã, como um podcast voltado a notícias, consegue cumprir não apenas a função de transmitir informações aos seus ouvintes, como também aprofundar seus temas e promover debates relacionados à temática discutida, de maneira simples e compreensível. Diante dos tópicos abordados no episódio, a audiência não apenas entende quais são as novas tendências das redes sociais, mas também é capaz de notar como elas são construídas e como impactam o seu dia a dia, até mesmo fora da internet. Dessa forma, o podcast contribui para uma função além da que inicialmente é proposta, a de informar seus ouvintes, visto que seu alcance consegue promover debates críticos que instigam o ouvinte a refletir sobre a temática, como foi visto neste episódio sobre as influências das redes sociais nas nossas vidas, de modo a gerar reflexões.

REFERÊNCIAS

BARROS, Gílian C.; MENTA, Eziquiel. Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, São Cristóvão, v. 9, n. 1, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/217>. Acesso em: 23 abr. 2025.

CAFÉ DA MANHÃ. Trends e Modinhas: as redes moldam a identidade?. Apresentação de Magê Flores, Gabriela Mayer e Gustavo Simon. Participação de Michel Alcoforado. São Paulo: Folha de S. Paulo; Spotify, 18 jul. 2024. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1e7fEBAIHOhd6eRxPC1A4q?si=c-OaMReXSxuFy1M-KYBSxA>. Acesso em: 21 abr. 2025.

LENHARO, Rayane Isadora; CRISTOVÃO, Vera Lúcia Lopes. Podcast, participação social e desenvolvimento. **Educação em Revista**, v. 32, p. 307-335, 2016. Acesso em: 29 abr. 2025

LIMA, L. D. **O estilo visual da Geração Z**. Disponível em: <<https://medium.com/pinterest-brasil/o-estilo-visual-da-gera%C3%A7%C3%A3o-z-e1d9302159e1>>. Acesso em: 22 abr. 2025.

MEDEIROS, Diogo; GUIMARAES, Gabriel; AGUIAR, Mahara. **Aesthetics: as subculturas nativas das mídias digitais**. Disponível em: <<https://jornalismoufsc.shorthandstories.com/aesthetics-no-brasil/index.html>>. Acesso em: 23 abr. 2025.

SOUPIN, Elisa. **Crianças viralizam nas redes sociais comprando skincare e maquiagem em lojas de cosméticos; pode isso?** Gshow, 19 jan. 2024. Disponível em: <https://gshow.globo.com/comportamento/noticia/criancas-viralizam-nas-redes-sociais-comprando-skincare-e-maquiagem-em-lojas-de-cosmeticos-pode-isso.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2025.