

Espelho Digital: As Potencialidades Educomunicativas do Podcast no Estudo Sobre os Usos e Apropriações Juvenis nas Mídias Sociais¹

Sarah Helena Felicio da Cruz Brito²
Luan Correia Cunha Santos³
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 educomunicativa, que inclui o próprio público-alvo em sua construção, além de entrevistas com especialistas que complementarão tais relatos.

PALAVRAS-CHAVE: mídia social, jovens, educomunicação, podcast

CORPO DO TEXTO

1 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 educomunicativa, promovendo o debate e incentivando a reflexão sobre o uso das mídias sociais por jovens.

1.1 Problema de pesquisa

Como a produção de um podcast educomunicativo 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?

1.2 Objetivos

1.2.1 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,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNO01 – Cidadania Comunicativa e Narrativas Emancipatórias evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Autora- Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre, email: sarah.brito@sou.ufac.br

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

devido às consequências deste uso.

1.2.2 Objetivos específicos

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

1.3 Justificativa

De acordo com o Relatório Digital 2021, publicado em parceria entre We Are Social e Hootsuite (2021), o número de usuários de mídia social era equivalente a mais de 53% da população total do mundo. Sendo que o Brasil ocupava o 2º lugar entre os países que mais passam tempo na internet, sendo o terceiro país a ficar mais tempo nas mídias sociais. 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 as razões 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.

2 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.

2.1 Usos e apropriações das mídias digitais por parte dos jovens

Trazendo uma reflexão comportamental dentro das mídias sociais, Pedro Henrique Andrade (2023), abre um debate sobre as dinâmicas comunicativas na autoapresentação de adolescentes no *Instagram*, plataforma bastante utilizada pelos jovens. Abreu (2023) explica que tal mídia ganha destaque no estudo das interações e apropriações entre os jovens, pois abriga características das demais redes, funcionando quase como uma colagem delas, através de *stories*, *reels*, *posts no feed*, etc.

Além disso, Reis (2022) aprofunda sobre o consumo midiático entre os jovens, que gera outros consumos, tanto de produtos, quanto de tendências e comportamentos.

2.2 Educomunicação

A 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 educomunicação 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.

2.3 Podcast

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 largada 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 nas rádios tradicionais, é característico da internet (Yoshimoto, 2014).

3 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.

3.1 Inspirações Bibliográficas: *A pesquisa-da-pesquisa*

A primeira parte do projeto corresponde ao processo de contextualização. Para realizá-lo, realizamos 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”, devido a sua ligação com a 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 devido à 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.

3.2 *Cartografias da Produção*

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. Na etapa de gravação, serão realizadas entrevistas com dois grupos: jovens e especialistas. O primeiro grupo será formado por jovens entre 14 e 24 anos, que deverão falar sobre sua experiência com as mídias sociais. Já o segundo, deve conter profissionais da área da educação, psicologia ou comunicação que reconhecerão os padrões de consumo e comportamento contidos em tais relatos.

As entrevistas serão gravadas presencialmente no laboratório de radiojornalismo do bloco Walter Félix II da Universidade Federal do Acre com as personagens que tiverem esta disponibilidade. Já com as fontes que não conseguirem o formato presencial, serão realizadas vídeo chamadas através do *google meet*, na qual tanto a discente gravará o áudio, quanto o próprio entrevistado será instruído a fazer uma gravação no local onde se encontra.

Passado o processo de gravação, inicia-se a decupagem do material para produção do roteiro final dos episódios. Assim que este estiver pronto, será feita toda a edição do material, com os trechos pré-selecionados durante a decupagem.

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.

ANDRADE, Pedro Henrique de Barros Gabriel. **Dinâmicas Comunicativas na Autoapresentação de Adolescentes no Instagram: Intimidade, Privacidade e Visibilidade em Performances de Si**. Dissertação de mestrado. São Leopoldo: Universidade Federal do Vale do Rio dos Sinos. 2023.

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.

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.

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.