



USOS DAS MÍDIAS SOCIAIS PELOS ADOLESCENTES SERGIPANOS: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO PELO VIÉS DO LETRAMENTO TRANSMÍDIA

USES OF SOCIAL MEDIA BY ADOLESCENTS FROM SERGIPE: A CONTENT ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF TRANSMEDIA LITERACY

*Vitor Braga*¹

Universidade Federal de Alagoas

*Mercia Pimentel*²

Universidade Federal de Alagoas

*Vinícius dos Santos*³

Universidade Federal de Alagoas

*Michaelle Pereira*⁴

Universidade Federal de Alagoas

*Kamilla Abely*⁵

Universidade Federal de Sergipe

Resumo

Com o novo modo de vida transmidiático, o uso dos dispositivos móveis e das plataformas sociais pelas pessoas, sobretudo as mais jovens, tornou-se naturalizado no cotidiano. O objetivo deste artigo é analisar o uso das mídias sociais por adolescentes, utilizando como campo de pesquisa uma escola pública no estado de Sergipe, e como esse uso afeta alguns âmbitos da vida destes indivíduos, como seus relacionamentos e autoestima.

Palavras chave: Mídias sociais; Adolescentes; Letramento transmídia.

Abstract

¹ Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Sergipe (UFS). Email: vitor.braga@ichca.ufal.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2377-9323>.

² Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Email: mercia.pimentel@ichca.ufal.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2787-6822>.

³ Estudante de graduação de Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Email: pedro.moreira@fso.ufal.br. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9958-3602>.

⁴ Estudante de graduação de Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Email: michaelle.pereira@ichca.ufal.br. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5656-6894>.

⁵ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Email: kamillaabely@academico.ufs.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9554-3213>.



With the new transmedia lifestyle, the use of mobile devices and social platforms by people, especially the younger ones, has become naturalized in everyday life. The aim of this article is to analyze the use of social media by teenagers, using a public school in the state of Sergipe as a research field, and how this usage affects various aspects of these individuals' lives, such as their relationships and self-esteem.

Keywords: Social media; Adolescents; Transmedia literacy.

1. INTRODUÇÃO

Se na década de 1990 a problemática envolvendo a popularização da internet no Brasil estava associada a uma questão de inclusão digital, atualmente, com o andamento da democratização do uso das mídias sociais, os obstáculos são acompanhar os indivíduos em relação às práticas desenvolvidas nas plataformas mais populares, especialmente os jovens.

Livingstone (2008) examinou como os adolescentes usam as mídias sociais para criar conteúdo e se expressar nessas ambiências digitais; o estudo constatou que, embora muitos adolescentes se envolvam em comportamentos arriscados online, eles também usam as mídias sociais para desenvolver relacionamentos significativos e explorar sua identidade. Por outro lado, Rosen et. al (2013) desenvolveram parâmetros para avaliar o impacto da frequência de uso das mídias sociais a fim de medir os comportamentos relacionados ao excesso de uso das TICs em adolescentes, apontando ao final que o uso excessivo pode estar relacionado a problemas como ansiedade, depressão e baixo desempenho acadêmico.

Essas e outras pesquisas fornecem subsídios para compreensão do uso das mídias sociais pelos adolescentes, seus efeitos potenciais na saúde mental e relacionamentos, bem como maneiras de ajudá-los a lidar com essas mídias de uma forma mais saudável e positiva (Boyd, 2014; Moreno *et al.*, 2011; Turke, 2011). No entanto, é importante lembrar que as pesquisas sobre essas temáticas estão em constantes reconfigurações, considerando as novas práticas de usos e funcionalidades existentes nas plataformas de mídias sociais, sendo necessário incluir contexto e diferenças culturais ao interpretar os



resultados. É considerando essas transformações no cenário brasileiro que procuramos trazer os usos das mídias sociais pelos adolescentes do Nordeste.

Este artigo, portanto, visa responder a pergunta “O que os jovens estão fazendo com as mídias sociais?” a partir de dados obtidos em pesquisas de campo realizadas em escolas de ensino médio de diferentes regiões do país. Os dados ora apresentados dizem respeito a uma experiência de campo em Sergipe, com adolescentes da Escola Estadual Barão de Mauá, mediante aplicação da pesquisa que compõe o projeto "Letramento Transmídia no Ensino Médio em Sergipe: um modelo para o mapeamento de competências, formação de professores e orientação de políticas públicas em educação".

O referido projeto tem como referência a pesquisa *Transmedia Literacy*, iniciada por Carlos Alberto Scolari na Espanha e aplicada em outros países ao redor do mundo. No Brasil, ele está sendo executado pela Rede de Pesquisa em Narrativas Midiáticas e Práticas Sociais, sendo Sergipe o estado escolhido para a primeira aplicação, conforme trataremos neste artigo.

Utilizamos como arcabouço teórico norteador o livro *Adolescentes, medios de comunicación y cultura participativa* produzido por Scolari (2018), que reúne os resultados dos hábitos que adolescentes ao redor do mundo desenvolvem ao utilizar as mídias sociais, e como estas plataformas impactam suas vidas em diferentes âmbitos, bem como seus processos de aprendizagem em um ambiente formal: no contexto da sala de aula.

A metodologia utilizada é a análise de conteúdo das entrevistas semiestruturadas realizadas com uma amostra de 20 adolescentes estudantes do Ensino Médio. Tivemos como objetivo compreender e explorar quais as mídias sociais mais utilizadas pelos jovens e quais habilidades e competências eles desenvolvem em uma conjuntura informal de aprendizagem.

Neste artigo serão apresentados e discutidos os resultados obtidos nesta pesquisa referente às habilidades e competências desenvolvidas pelos(as) adolescentes através das mídias sociais, bem como as novas práticas sociais que surgem a partir deste contexto transmidiático no qual eles estão inseridos.



2. LETRAMENTO TRANSMÍDIA NAS MÍDIAS SOCIAIS

O letramento midiático surgiu num momento histórico do Brasil em que o foco do Governo Federal estava no desenvolvimento de políticas de inclusão digital, no final dos anos 1990. Nesse período, a democratização do uso das mídias era o objetivo principal. Inseridos neste contexto, os jovens brasileiros foram incentivados a desenvolverem métodos para um aprendizado informal, em circunstâncias diferentes dos cenários educativos (Massarolo; Padovani, 2019).

Ao trazer esta reflexão para o cenário atual, é preciso considerar um novo modo de vida transmidiático, no qual os indivíduos, especialmente os jovens e adolescentes, estão inseridos em uma realidade com dispositivos móveis, em que são absorvidos pelas práticas nas mídias sociais, tornando este um ambiente propício para o desenvolvimento de um novo conceito de letramento: o transmidiático.

A transmídia é, fundamentalmente, resultado da convergência das mídias ao narrar uma história em um contexto de cultura participativa, em que o público deixa de ser apenas consumidor e passa também a criar conteúdo para estas mídias, papel este em que Scolari (2018) denominou como *prosumer* (produtor + consumidor).

Nesse contexto, os jovens e adolescentes se tornam os personagens principais em seus processos de aprendizagem, adquirindo habilidades e competências específicas destes espaços que não são, necessariamente, aplicados nas escolas e salas de aula que seguem modelos formais. São os denominados contextos informais de aprendizagem.

O sistema educacional tradicional não acompanhou os novos meios de aprendizagem destes(as) estudantes, que se sentem cada vez mais atraídos e familiarizados com o entretenimento audiovisual encontrado nas mídias sociais e videogames.



Si la alfabetización tradicional se centraba en los libros o, en el caso de alfabetización mediática, en la televisión, entonces el alfabetismo transmedia sitúa las redes digitales y las experiencias con los medios interactivos en el centro de su experiencia práctica y analítica. (Scolari, 2018:17)⁶

As plataformas transmídia são amplamente utilizadas pelos estudantes dentro ou fora das salas de aula como uma alternativa de adquirir um aprendizado de forma prática e interativa, em que eles não são submetidos a um processo no qual professores são vistos como únicos detentores do conhecimento.

Devido a essa difusão massiva, é fundamental que os educadores expandam os seus métodos e criem abordagens mais participativas e apropriadas que interajam com as novas habilidades adquiridas pelos jovens. No entanto, para que os resultados sejam efetivamente produtivos, é preciso, em primeiro lugar, compreender quais são os conteúdos produzidos pelos jovens e adolescentes nas mídias sociais e quais são as competências e habilidades desenvolvidas por eles.

Os novos arranjos do sistema educacional e a organização das estratégias transmídia e das habilidades de aprendizagem informal na perspectiva de um conjunto de competências midiáticas, permitiu aos sujeitos vivenciarem e experimentarem novas práticas comunicativas de interpretação e produção de textos, bem como um importante processo de interação/inclusão dos jovens nas novas paisagens midiáticas. (Massarolo; Padovini, 2019:35)

Os jovens e adolescentes passam a se sentir pertencentes a estes espaços transmidiáticos quando começam a criar os seus conteúdos ou se identificar com aqueles que são produzidos por seus colegas, tornando aquele ambiente midiático mais inclusivo e representativo.

Na obra *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas*, Gutiérrez, Rey e Melo (2018) constataram, através de uma metodologia semelhante à aplicada neste artigo, que as plataformas mais utilizadas pelos jovens são as que têm como

⁶ Se a literacia tradicional se centrava nos livros ou, no caso da literacia mediática, na televisão, então a literacia transmedia coloca as redes digitais e as experiências mediáticas interactivas no centro da sua experiência prática e analítica.



base a inteligência coletiva⁷, em que todos podem compartilhar ou ter acessos a informações.

Entre essas, o Youtube é um dos espaços mais utilizados pelos jovens, isso porque ele combina a capacidade de armazenamento de arquivos com o entretenimento da televisão e a interface de uma rede social. Não é incomum se deparar com jovens afirmando que adquiriram habilidades diversas, como tocar um instrumento, cozinhar, desenvolver trabalhos manuais, etc. através de vídeo-tutoriais existentes na plataforma.

Outro conteúdo bastante popular entre os jovens no Youtube são os *gameplays*, que geram uma forma de participação mista na cultura dos videogames, uma vez que os jovens são espectadores passivos em relação a sua aproximação com o jogo, pois não podem jogar eles mesmos, mas são seguidores participantes da experiência através de forma ativa através de comentários, fóruns, dentre outros recursos para interação (Gutiérrez *et al.*, 2018).

Além das novas habilidades que os adolescentes adquirem nestas mídias sociais, algumas que exigem mais interação, como o Instagram, possuem grande impacto nas relações interpessoais e no processo de construção da visão que estes jovens têm do mundo ao seu redor. Isso porque eles podem criar uma imagem nas de como querem ser em seus canais digitais. Tal imagem opera na construção de um capital social, um termo que se refere à rede de relações sociais e à confiança mútua entre as pessoas de uma comunidade ou grupo social.

Pesquisadores como Putnam (2000) argumentam que as mídias sociais têm um papel importante na construção e manutenção do capital social, pois elas permitem que as pessoas se conectem e interajam em níveis antes impossíveis. As mídias sociais podem ajudar a expandir as redes sociais das pessoas, bem como a criar novas oportunidades de engajamento nas mais diversas plataformas que os usuários participam em um comportamento transmídia.

⁷ Um modo de desenvolver a inteligência baseado na interação com os(as) usuários da internet. Nessa perspectiva, trata-se de um modo colaborativo de construção do conhecimento.



No entanto, é válido destacar que o impacto das mídias sociais no capital social pode variar de acordo com o contexto e o uso que se faz delas. O uso excessivo das mídias sociais pode levar ao isolamento social e à diminuição do capital social de uma pessoa (Recuero & Zago, 2012). Além disso, a disseminação de desinformações e/ou a propagação de discursos de ódio podem ter efeitos negativos sobre o capital social de uma comunidade.

Com a popularização dessas mídias sociais no Brasil, os jovens tiveram suas vidas transformadas por estas plataformas. Faz-se importante, então, compreender como elas impactam diferentes âmbitos de suas vidas, inclusive nos contextos formais de aprendizagem. Só assim será possível, ao longo do tempo, criar novas ferramentas e estratégias para construir um ambiente de aprendizado mais saudável para os(as) estudantes, que respeite suas individualidades e processos na trilha do conhecimento.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Este artigo é um dos resultados da pesquisa acerca do letramento transmídia de adolescentes do Ensino Médio, desenvolvida pela Rede de Pesquisa em Narrativas Midiáticas e Práticas Sociais, cujo objetivo é compreender o contexto social e midiático nos quais eles estão inseridos.

Para a pesquisa de campo, realizada em escolas públicas com oferta do Ensino Médio, o projeto de pesquisa compreendeu a utilização de instrumentos como questionários, oficinas, entrevistas e diários de mídia. Por meio dos questionários, a primeira etapa da pesquisa, foram extraídos dados que buscaram expandir a compreensão midiática e social na qual o jovem está inserido, levantando pontos como dados sociodemográficos, consumo midiático, atividades em tempo livre, uso de dispositivos móveis e competências de usos das mídias.

A segunda etapa da pesquisa, compreendeu a aplicação de dois *Workshops*, sendo um de Cultura Participativa e outro de Games. A Oficina de Cultura Participativa teve como intuito o mapeamento do consumo de mídia dos adolescentes, provocando uma reflexão acerca das práticas comportamentais no meio tecnológico. Com relação à Oficina



de Games, procuramos fazer com que cada estudante compreendesse a visão individual e coletiva dos videogames como um objeto cultural significativo.

Na terceira etapa da pesquisa de campo, aplicamos entrevistas semiestruturadas com questões relacionadas às mídias sociais, aos jogos (videogames) e criação de conteúdo. Com isso, buscamos aprofundar o entendimento das práticas transmídia dos participantes, dando ênfase nas competências criativas e estratégias de aprendizagem informal que eles performam nos games e na cultura participativa, que inclui as mídias sociais. As perguntas abordaram questões como as seguintes: o que os estudantes fazem com as mídias ou jogos, como costumam produzir conteúdo, como aprenderam e como compartilham suas produções.

Com a sistematização das falas dos estudantes, operacionalizamos uma análise qualitativa e quantitativa, considerando as percepções acerca dos usos das mídias pelos adolescentes, a partir de cinco variáveis: (1) O que eles consomem; (2) Através de quais plataformas e canais; (3) Quais os hábitos e frequência de consumo; (4) Quais as motivações; e (5) Quais as estratégias de aprendizagem com as mídias. Além disso, foram feitos diários de campo e filmagens como formas de levantamento de registros.

Para compreensão dos resultados, utilizamos como recurso metodológico a análise de conteúdo, que é feita a partir da interpretação de documentos e entrevistas, diários de campo ou vídeos. Conforme Bardin (2016), a análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que envolve a interpretação sistemática e objetiva de mensagens em diversas formas de comunicação. A técnica envolve a aplicação de várias etapas, incluindo a seleção do material a ser analisado, a definição das unidades de análise, a elaboração de categorias de análise, a codificação das unidades de análise de acordo com as categorias e a interpretação dos resultados.

Ao adotar essa técnica de análise de dados numa pesquisa, pesquisadores almejam compreender o sentido de determinada mensagem, fazer comparações e encontrar padrões, chegando, normalmente, numa descrição objetiva e sistemática.

Em nosso estudo, operacionalizamos uma análise de conteúdo sob o suporte do *software* Atlas.ti (versão 22). Em nosso estudo, nos baseamos na codificação elaborada por Scolari (2016), em seu projeto internacional *Transmedia Literacy*, e que foi adaptado



para a realidade brasileira pelos pesquisadores da Rede de Pesquisa em Narrativas Midiáticas e Práticas Sociais.

Foi criado um sistema de codificação contendo grupos, códigos e subcódigos. Esse sistema, que respondia às cinco variáveis supracitadas, foi utilizado para interpretar e analisar as entrevistas para fins desse estudo, por meio de um recorte no sistema de codificação que considera o "grupo 2", utilizando o código "2.1. Mídias sociais" e os subcódigos a ele associados, como evidencia o quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – Sistema de codificação tomado para a análise deste artigo

GRUPO	CÓDIGO	SUB-CÓDIGO
2. Através de quê?	2.1. Mídias sociais	2.1.01. Facebook
		2.1.02. Twitter
		2.1.03. Instagram
		2.1.04. Snapchat
		2.1.05. Whatsapp
		2.1.06. Fóruns
		2.1.07. Youtube
		2.1.08. Wattpad
		2.1.09. Skype
		2.1.10. Spotify
		2.1.11. Tumblr
		2.1.12. Discord
		2.1.13. Tik Tok



Fonte: Pesquisa Letramento Transmídia

Por meio da utilização do sistema de codificação, tivemos o suporte do Atlas.ti, *software* de análise de dados qualitativos assistido por computador, que facilita a operacionalização da análise dos dados qualitativos e/ou quantitativos, oferecendo padrões de uso das mídias mediante o que foi questionado aos adolescentes nas entrevistas.

4. O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELOS ADOLESCENTES

Os dados coletados para esta pesquisa foram resultantes da etapa de campo, na qual foram entrevistados 20 estudantes, entre 14 e 18 anos, do Colégio Estadual Barão de Mauá, na cidade de Aracaju (SE). Ao todo, foram mencionadas 15 plataformas, sendo elas: Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Whatsapp, Forums, Youtube, Spotify, Wattpad, Discord, TikTok, Kwai, Twitch, Pinterest e Telegram⁸.

A plataforma mais citada ao longo das entrevistas foi o Instagram, destinada ao compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários. Com 210 citações totais sobre a mídia, todos os 20 entrevistados disseram usar a rede com regularidade. A maioria de forma diária, com destaque para o compartilhamento de fotos, comunicação entre usuários, consumo de notícias e fofocas, além da exploração de recursos disponíveis. Segundo os dados analisados, apenas o WhatsApp e o Instagram são utilizados por todos os entrevistados.

4.1. Relacionamentos

A utilização das mídias sociais como formas de se relacionar está entre os principais usos apontados pelos adolescentes. Por isso, traçamos o padrão de comportamento dos estudantes de acordo com quem eles interagem e constatamos que os conteúdos do Tik Tok, Spotify e Youtube são mais compartilhados com laços fortes -

⁸ Cabe destacar que nem todas as plataformas eram utilizadas com regularidade. Isso porque tivemos relatos de adolescentes que possuíam contas nesses aplicativos, mas com uma frequência de uso de apenas uma vez ao mês.



especialmente amigos da mesma idade. Em consonância, observamos que o WhatsApp é o principal canal em que esses conteúdos audiovisuais circulam.

Ainda nessa perspectiva, o Instagram, o WhatsApp e o Discord são os que aparecem em destaque com relação à utilização para conversação entre amigos, tendo o último citado um destaque para ligações de áudio - sobretudo para fazer chamadas em grupo com aqueles que estão no mesmo *game*. Enquanto isso, o Twitter, o Discord e os Fóruns - sendo o Reddit o mais mencionado - são tidos como meios para conhecer novas pessoas com interesses similares e que costumam integrar comunidades de fãs. A fala de 009 exemplifica uma prática de uso do Reddit para interlocução com aqueles que têm interesse pelos mesmos jogos:

Q: o que é que você mais gosta, assim, no Reddit?

R: A comunidade, todo mundo lá é junto, né. Junto... eu gosto de um jogo, aí eu vou lá na comunidade e acho todo mundo que gosta da mesma coisa que eu, eu acho isso interessante [Sim, sim, sim] poder conversar com alguém que tem o mesmo assunto que eu (009, informação verbal).

Já no Instagram, uma das plataformas mais mencionadas no que se refere a cultivar relacionamentos nas mídias sociais, a interação dos estudantes de Sergipe com os seguidores inclui compartilhar a própria rotina diária e acompanhar as dos outros; comentar e compartilhar conteúdos de interesse em comum e acompanhar o engajamento social: o retorno da sua rede em relação aos conteúdos postados. Nesse aspecto, constatamos uma preocupação dos adolescentes em mensurar os números de curtidas, comentários e compartilhamentos, no intuito de manter uma média em cada postagem e se manter relevante para a sua rede social. Citamos o caso do Entrevistado 014 em relação a esse aspecto:

Acho que me motiva, eu gosto que tenha curtidas, eu gosto de ter seguidores, eu gosto que tipo ter comentários que engajem a foto e que eu veja que eu tenho um tal status no Instagram. (Entrevistado 014, informação verbal).



Nas mídias sociais, o capital social se relaciona às métricas apresentadas nas publicações - quantidade de curtidas, comentários e seguidores, o que pode ser um indício de popularidade ou bom engajamento para esse grupo social. Ter capital social nas mídias sociais, dessa forma, torna-se um valor quantificável, fornecido pelos aplicativos através das mais diversas métricas. Ao tratar sobre o Twitter, Recuero e Zago (2012, p. 22-23) já apontavam para essa questão:

O capital social é um conceito focado nos valores associados a pertencer a uma rede social [...] é produto de investimento dos indivíduos em suas redes e da construção de valor nesses espaços. [...] Os atores, nos grupos sociais, possuem motivações que os levam a determinadas ações, com vistas a investimentos que darão retornos esperados.

Nesse caso, o investimento feito pelo usuário seria justamente o compartilhamento de fotos e vídeos pessoais com a expectativa de receber essas interações de volta: curtidas e comentários que dão esse “status” e representam parte do capital social dentro do Instagram. Embora o engajamento através das curtidas seja um aspecto valorizado nas mídias sociais, alguns usuários acabam fazendo uso de filtros de modo a direcionar o conteúdo apenas para as pessoas mais próximas. Como é o caso do recurso de limitar o acesso aos *stories* para amigos mais próximos no Instagram.

Ainda nesse aspecto, parte dos estudantes afirma que utiliza o Instagram, mais precisamente os *stories*, e o Whatsapp, por meio dos *status*, para, por exemplo, publicar vídeos que eles gravam através do TikTok. Isso acontece para que tenham controle de quem visualiza suas publicações, já que o algoritmo do TikTok pode fazer um vídeo público chegar a milhares ou milhões de visualizações sem que essa tenha sido a intenção do usuário.

Sobre a construção de relacionamentos, o Instagram não por acaso foi bastante mencionado para esse uso justamente por ser a plataforma com maior adesão do público adolescente. Além dele, os adolescentes mencionaram algumas plataformas em alta no momento e como o entorno social incentiva esse uso. Citamos o trecho da fala do Entrevistado 005 a esse respeito:



[...] Tipo Netflix. Netflix, todo mundo que tem conta tem. O Instagram, o WhatsApp. Quem não tem WhatsApp? Até minha avó tem o WhatsApp, entendeu? (Entrevistado 005, informação verbal).

Essa pressão social gera uma necessidade de se fazer parte de uma comunidade: a que possui conta no Instagram, assiste séries e filmes pela Netflix ou mesmo possui todos os familiares utilizando o Whatsapp como principal meio de comunicação, por exemplo.

Esse fenômeno é amplificado durante o período da adolescência, uma vez que “essas tecnologias influenciam diretamente o comportamento do indivíduo, principalmente na adolescência, através da exigência do consumo e da necessidade de ser aceito no meio” (Duca; Lima, 2019, p. 564). Logo, se os amigos ao redor estão acompanhando tal série que só está disponível no streaming X, há uma pressão para se tornar assinante da plataforma ou conseguir acesso por outros meios, como usar de forma emprestada a conta de algum parente.

4.2. Autoestima e comportamento tóxico

Nota-se que o controle de quem pode ou não pode ver o conteúdo criado pelo usuário está relacionado também à questão da autoestima, que, por sua vez, conecta-se com a saúde mental, como é possível ver no trecho a seguir:

[...] antigamente eu fazia TikTok, mas aí eu parei porque comecei a ter umas crises pelas coisas que os outros falavam de mim. Eu acabei me machucando muito por isso. (Entrevistado 014, informação verbal).

Por permitir certo anonimato, o espaço virtual não é totalmente seguro para os usuários. Uma entrevistada relatou que chegou a parar de usar o Facebook após receber mensagens de um perfil *fake* que se passava por um conhecido da família. Além disso, o aspecto relacionado ao *cyberbullying* - comentários negativos sobre aspectos do indivíduo através do ambiente virtual - pode impactar fortemente no cotidiano de uma pessoa, produzindo problemas psicológicos relacionados à diminuição da autoestima, insatisfação com a própria aparência, isolamento do mundo real, entre outros (Smith *et al*, 2008, p. 11).



De acordo com dois entrevistados, o Twitter e o Reddit podem ser consideradas as plataformas mais tóxicas. O que pode intensificar esta toxicidade, para Silva (2021, p. 98), é que no Twitter “a política exercida é a da supremacia do achismo”, isto é, boa parte dos usuários não argumentam de forma racional, muitas vezes causando discussões carregadas de xingamentos. Uma entrevistada definiu o Pinterest - plataforma de compartilhamento de imagens que inspiram pessoas a produzir determinado conteúdo - como a plataforma menos tóxica. É importante destacar que o Pinterest não tem recurso dentro do aplicativo para interação através de comentários ou respostas entre os usuários.

É possível perceber que, entre os entrevistados, há uma preferência aos recursos presentes no TikTok, como os filtros, as músicas e áudios, edição de legendas e o layout de corte e edição, em relação aos recursos similares encontrados no *Reels*, do Instagram, que é similar à plataforma chinesa. Identifica-se que os estudantes consideram o *layout* e os recursos disponibilizados pelo TikTok melhores para produzir determinado conteúdo do que aqueles oferecidos pelo Instagram no *Reels*, mas utiliza esta última para fazer as publicações.

Um uso apontado por um dos adolescentes entrevistados dizia respeito ao consumo de séries e filmes por meio do Telegram. Conforme o relato deste, seria possível ter acesso a esse conteúdo audiovisual através de comunidades e páginas onde se disponibilizam catálogos de produtoras audiovisuais para *download*. Tal prática de baixar filmes e séries foi comentada por outros adolescentes, mas não por meio de plataformas de mídias sociais. Isto porque tivemos relatos de adolescentes que utilizam plataformas de *streaming* ou outros sites para assistir séries e filmes.

Outra prática de uso das mídias para *download* foi em relação às imagens, sendo o Pinterest a única plataforma mencionada. Conforme o relato dos adolescentes, a referida plataforma tem bastante adesão devido à qualidade dos conteúdos fotográficos disponibilizados pela rede de usuários da mesma.

4.3. Aprendizagem

Quanto ao conhecimento obtido por estes jovens através dos meios já citados anteriormente, destaca-se o aprendizado de idiomas, especialmente o inglês, de forma



espontânea e interativa através dos videogames. Purushotma (2005) defende que os jogos oferecem aos adolescentes uma forma mais atrativa para aprender um segundo idioma, diferente do apresentado em um cenário formal, como as salas de aula. Purushotma (2005) destaca que, mesmo em um contexto informal, aprender uma segunda língua moldou os rumos de sua vida profissional, tendo em vista que atualmente ele é um *game designer* na Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Por outro lado, pudemos observar os usos das mídias para múltiplas estratégias de aprendizagem informal, que vão além do currículo disciplinar oferecido nas escolas, a exemplo da culinária. Tivemos relatos de adolescentes que consomem vídeos de receitas tanto no Pinterest como no Tik Tok. Alguns, inclusive, relatam que sequer cozinham, porém se interessam por ver a feitura de um prato atrativo nos vídeos. A exemplo do Entrevistado 002, que usa o Pinterest para salvar receitas, apesar de não saber cozinhar. O uso destas plataformas está diretamente ligado ao desenvolvimento de habilidades e competências que não são usuais na escola, como a edição de vídeos e fotos, tutoriais de maquiagem, cabelo, etc.

Já as mídias utilizadas para a atualização dos alunos, mantendo-os informado a partir da busca, consumo e acompanhamento de notícias entre os adolescentes entrevistados foram Twitter, Instagram, Facebook e Reddit. O Whatsapp, por sua vez, foi citado para compartilhamento de fatos noticiosos. Entre as informações mais procuradas estão fatos do dia, a partir do recurso “trending topics” - os assuntos do momento listados pelo Twitter, além de entretenimento como games e séries favoritos.

[...] Coisas sobre Now United e quando teve da guerra da Ucrânia com a Rússia, eu queria acompanhar, mas não estava conseguindo ver pelo instagram, ai fui logo para o twitter, normalmente pesquiso sobre e aparece, vou pegando aleatoriamente a que achei melhor com melhor resposta (Entrevistado 010, informação verbal).

Usualmente utilizado pelos jovens para integrar *fandoms* e se informar sobre os seus filmes, séries e artistas preferidos, o Twitter também se tornou uma plataforma onde esses adolescentes recorrem para acompanhar notícias sobre o mundo de modo geral. Entretanto, durante as entrevistas, foi possível detectar que os jovens tendem a encarar



uma informação obtida no Twitter como verossímil, antes mesmo de procurar pela fonte original, em outros casos, como o do entrevistado 002, essa procura sequer chega a acontecer.

R: quando começou a pandemia, aí no mesmo ano, acho que três dias [...] eu já vi o twitter pra me informar.

Q: Então é geralmente pelo twitter que você se informa, né? E você compara essas informações do twitter com outras fontes?]

R. Não (Entrevistado 002, informação verbal).

A premissa da crença em uma *fake news*, em geral, está associada à tendência ao procurar informações como viés de confirmação ou com uma menor investigação quanto ao background daquela informação (Baptista *et. al.*, 2022, p. 217). Para os autores, o consumo e a disseminação de fake news estão fundamentalmente relacionados com o uso das redes sociais.

4.4. Funcionalidade

A maior parte dos aplicativos citados pelos entrevistados são usados a partir de sua funcionalidade principal: seja pela troca de mensagens, como o Whatsapp; seja através do compartilhamento de fotos, como o Instagram; seja para assistir vídeos como TikTok e Youtube. Entretanto, também foi possível notar alguns usos fora do que é convencional pela rede, como é o caso do Facebook. Em geral, a primeira rede criada pelos entrevistados, hoje não muito utilizada para troca de mensagens e compartilhamento de conteúdos, mas sim para fazer cadastros e login em sites e jogos, numa relação funcional, como ressalta o entrevistado 005.

Ainda tenho a conta. E o pior que eu uso só a conta do Facebook, que eu nem entro no Facebook, uso a conta do Facebook pra outras as coisas. [Pra logar?] É, porque é mais fácil de lembrar, né? (Entrevistado 005, informação verbal).

Nesse sentido, apesar de não ser utilizada para os fins que foi criado, o Facebook possui um papel principal na hora de facilitar o acesso a outras plataformas. Essa relação



funcional, apesar de otimizar o tempo do usuário, causa uma preocupação dessa dependência, como é o caso do Entrevistado 017, que levanta essa problematização:

Eu tenho a conta, porque o Facebook hoje em dia é a base de todos os aplicativos. Se eu perco o facebook, eu perco minha conta no Free Fire, no insta. Perco tudo. (Entrevistado 017, informação verbal)

A facilidade e agilidade causada pelo Facebook em ser um meio para criar contas e/ou acessar outros aplicativos e jogos não necessariamente é um ponto apenas positivo, visto que no caso de perder a conta na plataforma, seja por quaisquer motivos, pode acarretar perder o acesso a outras plataformas, jogos e recursos disponíveis na internet.

4.5. Conflito geracional

O conflito geracional nas mídias sociais envolve diferenças na forma como as diferentes gerações utilizam e interpretam essas plataformas, assim como diferentes percepções sobre seus impactos na comunicação, nas relações humanas e na forma de engajamento desse público. Boyd (2014) argumenta que a geração mais jovem utiliza as mídias sociais para se expressar e se conectar com suas redes, enquanto os adultos muitas vezes percebem essas plataformas como uma ameaça à privacidade e à segurança do público mais novo. O que não foi diferente conforme os relatos dos adolescentes, sobretudo na interpretação de seus usos como preocupantes de acordo com alguns familiares mais velhos.

Por outro lado, foi possível perceber como a diferença de idade entre as gerações pode levar a diferentes interpretações sobre as mesmas práticas e comportamentos nas mídias sociais. Passar o dia todo conectado pode ser interpretado como um vício para familiares mais velhos, enquanto que para os entrevistados na verdade faz parte da rotina deles, assim como práticas domésticas e de interação em ambientes de copresença.

Dessa forma, pudemos perceber que os estudantes do Colégio Estadual Barão de Mauá, da cidade de Aracaju (SE), utilizam as plataformas com variados intuitos. Dentre as maiores citações, constatamos a comunicação por meio de mensagens e compartilhamento de conteúdos, a aprendizagem informal, a cultivação dos



relacionamentos ou o desenvolvimento de novos através de identificação em comunidades de fãs ou redes sociais, a aceitação social nas redes formadas e a busca pela aceitação e engajamento midiático.

Com o pesquisado, também ficou claro que os entrevistados seguem padrões de comportamento específicos de cada plataforma. De forma consciente, os estudantes utilizam as mídias com objetivos que já são intrínsecos de cada uma, a exemplo da utilização do WhatsApp, que conecta as pessoas por mensagens, o que contribui para o desenvolvimento de uma rede de amigos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais definitivamente passaram a fazer parte da rotina desses adolescentes, atraídos pelas múltiplas formas de se expressar e de consumir conteúdo em um contexto de convergência midiática. Todos os adolescentes entrevistados utilizam, no mínimo, duas plataformas diariamente para os mais diversos fins, como conversar com amigos – individualmente ou em grupo, de forma escrita ou em chamada –, aprender coisas novas através de tutoriais, ler notícias, criar e/ou compartilhar conteúdo audiovisual e participar de comunidades com pessoas que têm interesses em comum.

O que podemos perceber é como eles usam as mídias sociais para se conectarem com amigos e colegas, bem como para fazer novas amizades e expandir suas redes sociais. As mídias sociais permitem compartilhar suas fotos, vídeos e pensamentos com seus seguidores. Dessa forma, temos nessas plataformas uma ambiência que opera na expressão de suas identidades e personalidades em uma fase da vida que se passa por tantas mudanças (Boyd & Ellison, 2007).

Percebe-se a partir das respostas dos estudantes do Colégio Estadual Barão de Mauá que participaram da pesquisa que a maior parte utiliza com mais frequência aquelas plataformas onde o recurso de mensagens instantâneas é o maior foco do aplicativo, como WhatsApp e Instagram. Isto pode refletir, inclusive, uma sensação de pressão social, onde os adolescentes sentem a necessidade de acompanhar as tendências e comportamentos de seus amigos e seguidores. Alguns inclusive relataram uma preocupação em perder



eventos, atividades e momentos importantes se não estiverem conectados às mídias sociais regularmente.

Plataformas como Wattpad, Pinterest e Discord são utilizadas por poucas pessoas por terem uma proposta mais nichada – respectivamente, leitura de livros e *fic*s, tutoriais e inspirações e, por fim, *calls* para jogar em equipe. No geral, pudemos entender como os adolescentes utilizam uma variedade de plataformas de mídia social, cada uma com suas próprias características e propósitos distintos, numa relação de transmidialidade. Nessa perspectiva, eles escrevem textos no Wattpad e compartilham no WhatsApp, ou salvam uma foto no Pinterest e compartilham nos *stories* do Instagram, por exemplo.

A segurança também é citada como uma preocupação, tanto no âmbito da troca de mensagens privadas, quanto em relação ao controle do engajamento de algum conteúdo publicado. O assédio virtual e a intimidação são um problema comum nas mídias sociais, e alguns entrevistados relataram ter presenciado esse comportamento.

Os adolescentes demonstram entender como funciona o ambiente virtual e seus limites. Por ser capaz de proporcionar problemas emocionais nos usuários, através do *cyberbullying* e de xingamentos, é interessante observar que eles estão atentos à sua privacidade. Por outro lado, o uso excessivo das mídias sociais pode levar a sentimentos de ansiedade, depressão e isolamento social, especialmente quando os adolescentes se comparam aos outros e se sentem inadequados. Por fim, as mídias sociais também são utilizadas pelos adolescentes como fonte de educação e informação sobre temas de interesse, desde notícias atuais a tutoriais de *hobbies* ou interesses específicos.

Com base nos usos das mídias sociais explorados em nossa pesquisa, podemos apontar como o letramento transmídia desenvolvido por eles nesses contextos informais de aprendizagem pode ser válido no contexto educacional, concluimos então elencando algumas delas: (1) permitindo que desenvolvam habilidades em diferentes tecnologias, crucial para que possam acessar e produzir conteúdos nas mídias e com as mídias; (2) incentivando a criatividade e a inovação, por permitir que explorem diferentes mídias e plataformas para expressar suas ideias e contar suas histórias; (3) desenvolvendo o pensamento crítico, pois exige que eles analisem e avaliem informações provenientes de diferentes canais e plataformas; (4) incentivando a colaboração entre eles, já que a criação



de conteúdo transmídia muitas vezes requer a colaboração de pessoas com habilidades diferentes em diferentes mídias; e (5) ajudando a tornar o processo de aprendizagem mais envolvente e interessante.

6. REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. São Paulo: Zahar, 2013.

BOYD, D. **It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens**. Yale University Press, 2014.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

DUCA, Rosângela; LIMA, Vera Helena. **A influência das mídias na adolescência**. Cadernos de psicologia (CESJF), v.1 n.1 p. 555- 572, 2019.

GUTIÉRREZ, Eduardo; REY, Elías; MELO, Leonardo. Youtube. *In*: SCOLARI, Carlos Alberto. **Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula**. Barcelona: EC,H2020, Research and Innovation Actions, 2018, p.94-98.

LIVINGSTONE, Sonia. **Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression**. New Media & Society, v. 10, n. 3, p. 393-411, 2008.

MASSAROLO, João Carlos; PADOVANI, Gustavo. Letramento transmídia: um estudo sobre a produção de conteúdos escolares colaborativos. MOREIRA, Benedito Dielcio. **Educomunicação e Transmídia: Um encontro na escola dos media, ciência e saberes populares**. Cuiabá-MT: Edu FMT, Editora Sustentável, p. 28-46, 2019.

MORENO, M.; JELENCHICK, L.; EGAN, K.; COX, E.; YOUNG, H.; GANNON, K. **Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on a social networking site**. Depression and Anxiety, v. 28, n. 6, p. 447-455, 2011.

PUTNAM, R. D. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon & Schuster, 2000.



RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. A Economia do Retweet: Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter. In: **Revista Contracampo**, v. 24, n. 1, ed. julho, ano 2012. Niterói: Contracampo, 2012. Pags: 19-43.

ROSEN, L.D.; WHALING, K.; CARRIES, L.; CHEEVER, N.; ROKKUM, J. **The Media and Technology Usage and Attitudes Scale: An empirical investigation.** Computers in Human Behavior, v. 29, n. 6, p. 2501-2511, 2013.

SCOLARI, Carlos Alberto (org.). **Fieldwork Toolkit.** Barcelona: Ce.Ge. 2016.

SCOLARI, Carlos Alberto (org.). **Teens, Media and Collaborative Cultures: Exploring teens' transmedia skills in the classroom.** Barcelona: Ce.Ge. 2018.

DA SILVA, Alessandro. **Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? Eis a questão.** Revista Argentina de Investigación Narrativa, v. 1, n. 1, p. 93-107, 2021.

TURKLE, Sherry. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other.** Basic Books, 2011.

PEDRO BAPTISTA, João; GRADIM, Anabela; CORREIA, Elisete. **A relação entre a crença em fake news e as estratégias para procurar informação dos jovens portugueses.** Observatório (OBS*), v. 16, n. 3, 2022.

PURUSHOTMA, Ravi. **Commentary: You're not studying, you're just....** Massachusetts: Language Learning & Technology, 2005.

SMITH, P. K. et al. **Cyberbullying: what it is, how it works and what can be done.** Journal of Child Psychology and Psychiatry, v. 49, n. 4, p. 376-385, 2008.

Recebido em: 10/07/2024

Publicado em 28/12/2024