



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

DO ENTRETENIMENTO AO VÍCIO
Série de podcast sobre o vício nas redes sociais

MARIA CAROLINE LEITE

Campo Grande

NOVEMBRO / 2024

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



DO ENTRETENIMENTO AO VÍCIO
Série de podcast sobre o vício nas redes sociais

MARIA CAROLINE LEITE

Relatório apresentado como requisito parcial para aprovação na Componente Curricular Não Disciplinar (CCND) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Jornalismo da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Daniela Cristiane Ota

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Título do Trabalho: "Do entretenimento ao vício – série de podcasts sobre o vício nas redes sociais"

Acadêmica: Maria Caroline Leite

Orientadora: Daniela Cristiane Ota

Data: 27/11/2024

Banca examinadora:

1. Laura Seligman
2. André Giulliano Mazini

Avaliação: (X) Aprovado () Reprovado

Parecer: A banca ressalta a qualidade do trabalho e recomenda divulgar em plataformas e na Rádio Educativa da UFMS. Indica também que o projeto deve concorrer a prêmios estudantis. Para finalizar, recomenda que sejam observadas as considerações feitas durante a avaliação.

Campo Grande, 27 de novembro de 2024.

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Daniela Cristiane Ota, Professora do Magistério Superior**, em 28/11/2024, às 14:10, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Laura Seligman, Coordenador(a) de Curso de Graduação**, em 28/11/2024, às 14:20, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5245970** e o código CRC **00094DD5**.

COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO (BACHARELADO)

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone:

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.016982/2024-74 SEI nº 5245970

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário

79070-900 - Campo Grande (MS)

Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>

<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Laura e Marcio, que são os meus apoiadores da vida, sempre me incentivaram e deram todo suporte necessário para minha graduação.

Agradeço minha vó Maria Neiva, que além de compartilharmos o mesmo nome, é a minha maior inspiração de mulher e amiga.

Agradeço aos meus amigos, Geane Beserra, Maria Luiza, Brunna Paula e Helder Carvalho por serem a minha família em Campo Grande.

Agradeço ao Antônio Montoro, que mesmo de longe, esteve presente durante os momentos difíceis e celebrou as minhas vitórias.

E agradeço a minha orientadora, Daniela Ota, pelo direcionamento e ajuda durante esse período.

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO



SUMÁRIO

Resumo	5
Introdução	6
1. Atividades desenvolvidas	8
1.1.1 Execução	8
1.1.2 Pré-entrevistas	8
1.1.3 Entrevistas oficiais	9
1.1.4 Edição dos episódios	11
1.2 Dificuldades encontradas	12
1.3 Objetivos alcançados	13
2. Suportes teóricos adotados	14
2.1 - Surgimento das redes sociais	14
2.2.1 - Os algoritmos	17
2.2.2 - Vício nas redes	18
2.2.3 - Regulamentação das redes sociais	20
2.3- Podcast	22
Considerações finais	24
Referências	25
Apêndice	30



RESUMO:

O projeto 'Do entretenimento ao vício' é uma série de podcast que informa sobre a capacidade viciosa das redes sociais. Em cada um dos três episódios, são realizadas entrevistas com especialistas da área, que explicam aspectos da dependência nas telas, como também, são utilizados áudios de pessoas que sentem a necessidade de estarem constantemente conectadas em seus perfis. Cada episódio possui um tema específico: o primeiro explica como o vício em redes sociais se desenvolve; o segundo aborda questões como algoritmos e manipulação de dados pessoais; e o último discute sobre as legislações que regem a internet. O produto busca conscientizar a população de que o uso dessas plataformas por um longo tempo ou de maneira indevida pode ser prejudicial à saúde física e psicológica.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; redes sociais; vício; algoritmos; legislação; saúde psicológica.



INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta o processo produtivo e de desenvolvimento da série de podcast ‘Do entretenimento ao vício’. Durante três episódios, são abordados diferentes aspectos que envolvem o funcionamento das redes sociais, como, por exemplo, a maneira que coletam as informações de cada usuário, e direcionam um conteúdo personalizado. Outro tópico debatido, é a forma com que o vício se apresenta nesses casos, como identificar que esses comportamentos estão se tornando nocivos à saúde. Por último, são apresentadas ao ouvinte as leis e regulamentações que regem as redes sociais no Brasil, como também, as discussões que estão sendo pautadas pela população sobre uma necessária atualização dessas normas legislativas.

A primeira rede social a se popularizar no Brasil, foi o *Orkut* durante o ano de 2004, a adesão da população foi tanta, que nesse mesmo ano, mais de 50% dos usuários dessa plataforma eram brasileiro (Mocellim, 2007). Durante duas décadas, a quantidade de usuários das redes sociais só aumentou no país, graças aos *smartphones*, as pessoas podem se conectar em qualquer lugar que haja sinal de internet. De acordo com uma pesquisa realizada pela empresa DataReportal,¹ o Brasil ocupa o terceiro lugar no ranking de população que mais passa tempo nas redes sociais. Os brasileiros passam em média, três horas e 37 minutos por dia online nessas plataformas.

Por mais atrativas que essas novas mídias possam parecer, a quantidade de tempo em que as pessoas permanecem conectadas a elas, está se tornando preocupante para muitos médicos e especialistas. Moreira (2018) explica que a dependência de internet e das redes sociais deve ser estudada e tratada como um distúrbio aditivo, mesmo sendo de caráter comportamental, os efeitos colaterais de usar excessivamente essas plataformas se assemelham ao uso de substâncias, podendo causar sintomas de abstinência quando cessam as atividades online e desenvolver compulsividade.

“O smartphone é a agulha hipodérmica² dos tempos modernos, fornecendo incessantemente dopamina digital para uma geração plugada” (Lembke, 2021, p. 12). A

¹ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
Acesso: 28 de outubro de 2024

² A autora faz uma referência à Teoria Hipodérmica ou Teoria da Bala Mágica, que defende que a mídia é uma espécie de agulha, que injeta ideias e comportamentos nas pessoas. Em outras palavras, acredita-se que a mídia tem o poder de influenciar a audiência de maneira imediata, como se estivesse disparando uma bala mágica que atinge a todos da mesma maneira, sem exceção, ao mesmo tempo.
Disponível em: <https://aquitemcomunicacao.com/blog/teoria-hipodermica/>
Acesso: 02 de dezembro de 2024.



psiquiatra Anna Lemke (2021) faz um alerta quanto ao uso da internet e, até compara os sites e plataformas, as drogas como cocaína e cigarro.

Além dos motivos citados acima, uma questão que fomentou ainda mais a escolha desse tema, foi a tendência de se passar cada vez mais tempo em frente às telas. Muitas crianças da nova geração, já nascem sendo apresentadas a essas tecnologias, Oliveira (2019) diz que a geração Alpha - nome dado às pessoas que nasceram a partir de 2010 - é composta por crianças que estão cercadas pela tecnologia, que em seus primeiros anos de vida já estão conectadas a uma rede online. “A geração Alpha é apontada pelos estudos científicos e acadêmicos da contemporaneidade como a geração mais conectada. Mas também, uma geração mais vulnerável às patologias da era internet” (Oliveira, 2019, p.39).

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é informar e conscientizar sobre a capacidade viciosa das redes sociais. Por meio de entrevistas com especialistas, apresentar quais técnicas e mecanismos são usados por essas plataformas para manter os usuários mais tempo nelas, como também, explicar os efeitos que o uso excessivo das redes sociais podem causar à saúde física e, principalmente, psicológica. Alertar os ouvintes, para que eles possam se auto policiar em relação ao tempo que passam nesses aplicativos, e tomar precauções antes que isso se torne um vício e precise de outras medidas de contenção.

A escolha do formato *podcast* se deu tanto por uma preferência própria, devido a familiaridade com o áudio durante toda a graduação, como também, pela acessibilidade que o formato proporciona, permitindo às pessoas ouvirem em qualquer lugar e hora, e em plataformas gratuitas de áudio. Além disso, um ponto decisivo, foi na intenção de alcançar um número maior de ouvintes, com um formato que permite uma linguagem coloquial, e que possa chegar a diversos públicos, visto que os usuários das redes sociais são pessoas de idades e classes sociais diferentes.



1- ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

1.1 Execução

A execução desse projeto teve início em março de 2024, com as primeiras aulas de Projeto Experimental I, que tinha como objetivo produzir o pré-projeto para o futuro Trabalho de Conclusão de Curso. Nessa etapa, foram definidos o objetivo, justificativa, revisão teórica, metodologia e cronograma deste *podcast*. Durante os três meses de desenvolvimento da disciplina, foi definido o tema central deste projeto - vício nas redes sociais - como também, o formato - *podcast* - e as questões mais técnicas, como número de episódios e especialidade das fontes.

Após a aprovação do pré-projeto, foi dada continuidade nas leituras em artigos acadêmicos, livros e pesquisas de dados acerca do tema. Essa etapa foi essencial para trazer uma maior compreensão do assunto, como também colaborou para a construção de perguntas assertivas às fontes.

Durante o mês de agosto, foi elaborada a estrutura dos episódios, por isso, foi necessário buscar referências sobre *podcasts*. Dois programas que foram usados como inspiração para elaboração desse projeto, foram o Modo de Viver e Café da Manhã, ambos da Folha de S.Paulo. Foi nessa fase também, que em reuniões com a orientadora, ficou definido como seria a base dos roteiros, como trilhas, vinhetas e introduções. Nessas conversas, foi estabelecido que os episódios teriam um trilha de abertura com sons que remetessem às redes sociais e/ou internet, como barulhos de digitando, notificação de celular e curtidas de fotos.

1.2 Pré-entrevistas

Ainda no mês de agosto, as fontes especialistas foram contactadas e as pré-entrevistas foram agendadas para setembro. As pré-entrevistas foram realizadas via *Google Meet*, e após a apresentação do projeto para elas, foi explicado a dinâmica do *podcast*, como também, foi possível ter uma noção acerca da compreensão de cada uma a respeito do assunto, e se poderiam contribuir positivamente com o projeto.

A proposta era que em cada episódio, fosse discutida uma vertente que envolve as redes sociais e/ou o vício, por isso, era necessário que o psicólogo soubesse abordar o tema de vício, e preferencialmente, vício em telas e/ou tecnologia. Com essa intenção, após realizar buscas pela internet, a autora encontrou um grupo de apoio chamado 'DetoxTec', uma iniciativa da clínica-escola de psicologia da Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, que



em 2019 realizou algumas sessões com pessoas que se identificavam com essa dependência tecnológica.

O professor coordenador desse grupo de apoio, era o Renan Soares Júnior, que desde o primeiro contato, se mostrou solícito e aceitou participar do *podcast*. Durante a pré-entrevista, ele explicou sobre o grupo de apoio, como funcionava, o perfil das pessoas que procuravam por ajuda e sanou as dúvidas sobre o métodos de tratamento desse vício

Raphael Chaia, advogado especialista em direito digital, foi indicado por um colega de curso que já havia o entrevistado, após pesquisar mais a seu respeito, foram encontradas diversas entrevistas que ele concedeu a jornais e emissoras de rádio, o que é um ponto positivo, visto que é interessante a fonte já ter essa desenvoltura para participar de entrevistas gravadas. A pré-entrevista foi de grande ajuda, principalmente, para explorar outras temáticas do direito voltadas ao assunto do vício, visto que na legislação foram encontradas poucas informações sobre essa discussão. Ele sugeriu que além das regulamentações, também fosse abordado o letramento digital.

A última fonte especialista a ser contactada, foi o Raphael Viana, desenvolvedor de soluções e ferramentas para *web*, e seu último trabalho foi voltado para as redes sociais. Por ter amigos em comum, a autora do projeto já tinha o contato dele, e na pré-entrevista, foi possível sanar algumas dúvidas mais técnicas sobre a programação das redes e criação dos algoritmos. A única dúvida era se o entrevistado conseguiria abordar o assunto de maneira didática e que fosse de fácil entendimento para todos, até daqueles que não tem muita proximidade com as novas tecnologias.

1.3 Entrevistas oficiais

Após as pré-entrevistas, foi iniciado o processo de escrita do roteiro, pensando em que momento iriam entrar as vinhetas, como seria a introdução do assunto e as perguntas que seriam feitas a cada entrevistado. O ‘esqueleto’ pronto foi encaminhado para a aprovação da orientadora e foram feitas as mudanças sugeridas. Até esse momento, cada episódio iria iniciar com a trilha, seria feita uma breve introdução do tema e do convidado, logo em seguida viria a entrevista com o especialista.

Com o roteiro de perguntas definido, foi o momento de marcar as entrevistas. Elas foram realizadas no Laboratório de Radiojornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), com o apoio do técnico Valdinei Almeida. As entrevistas com o Raphael Viana e o Raphael Chaia foram realizadas no mês de setembro e a com o Renan no início de



outubro. As conversas duraram cerca de vinte minutos cada, foram realizadas cinco perguntas, para que os entrevistados tivessem tempo para desenvolver aquele assunto, mas que não excedesse um tempo pré-definido, de até 30 minutos para cada episódio.

Após a gravação das entrevistas, foi iniciado o processo de transcrição das falas dos especialistas, para que no momento da edição, ficasse mais fácil selecionar e cortar as frases. Durante essa etapa, foi utilizado um programa de transcrição de áudio, chamado *'TurboScribe'*, que permite a transcrição gratuita de até três áudios por conta. Com as transcrições feitas, o roteiro dos episódios foi finalizado, adicionando a minutagem de cada sonora, além de acrescentar informações entre as falas dos entrevistados que contribuíssem para o entendimento do ouvinte sobre o assunto.

Em outra reunião com a orientadora, foi sugerido que fossem realizadas entrevistas com fontes personagens, para que os relatos fossem mais humanizados, e permitissem que as pessoas pudessem se identificar com as situações descritas ao escutar o podcast.

No início, esse processo de encontrar fontes que se identificassem como viciados em redes sociais foi difícil, visto que as pessoas que foram abordadas falavam que *'usavam muito as redes, mas não eram viciadas'*. Então a abordagem teve que ser diferente, procurar por pessoas que tivessem um grande posicionamento nas redes sociais e tivessem o costume de compartilhar e divulgar vários posts em seus perfis. Com essa nova didática, três mulheres Keyla Carolina dos Santos, Isabelle Machado Nunes e Tereza de Jesus Ferreira foram contactadas e aceitaram participar do *podcast*.

Todas as entrevistas foram realizadas via Google Meet, com gravações de áudio da própria plataforma e com o gravador do celular. A Keyla é estudante de jornalismo da UFMS e compartilha fotos e vídeos quase que diariamente em suas redes; a Isabelle está no 3º ano do ensino médio e trabalha como influenciadora digital; e a Tereza participa da Universidade Aberta à Pessoa Idosa (Unapi) e posta poesia em seu perfil no Instagram. O foco da entrevista foram os hábitos delas com as plataformas, perguntando a frequência com que mexem, quantas horas passam on-line por dia e quantos perfis têm em redes sociais. No três casos, elas afirmaram que passam longos períodos de tempo em suas redes sociais. Além da questão das horas, outra pergunta foi relacionada aos algoritmos, e a preocupação com suas informações pessoais, as respostas variaram, mas no geral, não se preocupam muito com isso.

Após analisar as entrevistas, foi definido qual fala iria melhor se encaixar com o assunto de cada episódio. Depois de decidido isso, a estrutura dos roteiros estava finalizada. O



relato da Isabelle entrou no primeiro episódio, por descrever uma rotina mais frequente nas redes; a entrevista com a Keyla ficou no segundo, ela demonstrou ter mais conhecimento sobre os algoritmos e ter uma preocupação em relação com que é feito com as suas informações pessoais; e a fala da Tereza entrou no terceiro episódio, por compreender melhor as discussões sobre a regulamentação das redes sociais.

Depois do roteiro estar completo e com as entrevistas feitas, foi o momento de gravar as locuções da apresentação do *podcast*. Essas falas foram pensadas para contextualizar o ouvinte ao tema, com acréscimo de dados e informações de pesquisadores da área. Novamente, tudo foi gravado no Laboratório de Radiojornalismo da UFMS.

1.4 Edição dos episódios

A princípio, a edição dos episódios seria feita pela autora do projeto, mas ao decorrer dos meses, por falta de tempo para se dedicar nessa etapa, houve a contratação da Anna Luiza Petermann, estudante de jornalismo da UFMS, para editar os episódios.

Para edição, foram encaminhados os roteiros, com todas as minutagens das partes das entrevistas que iriam para versão final, como também, as sonoras das locuções, os áudios das fontes personagens, trilhas e vinhetas. Para a composição das trilhas, foram utilizados efeitos sonoros de barulho de notificação de celular, teclado e curtida em post. Eles foram baixados na plataforma *Pixabay*, que permite o *download* gratuito e sem direitos autorais. A vinheta foi encontrada no banco de áudio online chamado *Motion Array*. Toda a edição do *podcast* foi realizada no programa *Audacity*.

Ao todo, as reuniões com a Anna Luiza foram de forma online, via *meet* e mensagens de texto no *Whatsapp*, no início para apresentar o projeto, como os roteiros foram pensados e planejados, e explicar como seria a edição dos episódios. Ao decorrer do processo, ela foi encaminhando áudios de como estava ficando, e tirando dúvidas se estava tudo de acordo com o planejado.

Com os episódios editados, os áudios foram encaminhados para aprovação da orientadora que solicitou alguns ajustes referentes a transições. Depois de realizar essas alterações, o produto estava finalizado, o resultado final foi muito satisfatório e cumpriu com todas as expectativas do início do planejamento.



1.2 Dificuldades Encontradas

Ao longo da produção desse *podcast*, foram encontradas algumas dificuldades, uma delas, foi a complexidade de encontrar leis, ou projetos de leis, que abordassem a capacidade viciosa das redes sociais. Durante as pesquisas, só foram encontradas menções a proteção de dados, direitos e deveres dos usuários no ciberespaço, e o debate sobre notícias falsas nas plataformas. E o principal receio, era de não ter um conteúdo de qualidade para apresentar no terceiro episódio, ou o próprio advogado não conseguir contribuir por falta de argumentos pertinentes.

Mas essa inquietação foi resolvida com a pré-entrevista com o Raphael Chaia, ele confirmou que esse assunto ainda não era tema de debate no Supremo Tribunal Federal (STF), mas trouxe outros caminhos que poderiam ser abordados, sem que fugisse da temática principal. Esse ‘empecilho’ foi motivador para continuar divulgando o tema deste *podcast*, revelando a importância de mais pessoas terem conhecimento do assunto, para poderem cobrar as autoridades responsáveis.

Outra dificuldade encontrada ao longo do processo foi conseguir encontrar um dia e horário para gravar as entrevistas com os especialistas. Como a intenção era gravar essas conversas no estúdios, por causa da acústica melhor, ter microfones e o suporte do técnico, foi preciso agendar em um momento em que o estúdio estivesse disponível, a autora do projeto não estivesse no estágio e os entrevistados pudessem. A entrevista com o Renan foi a mais complicada de agendar, por questões profissionais, ele ficou algumas semanas sem responder em relação à disponibilidade dele, o que fez com que a gravação fosse adiada alguns dias. Mas ao final, todas as entrevistas foram agendadas e realizadas no estúdio, dentro de um tempo hábil para finalizar o projeto.

Por fim, a principal dificuldade foi encontrar fontes que pudessem contar histórias. Como dito anteriormente, estava previsto no pré-projeto a possibilidade de entrevistar essas pessoas, mas não foi adicionado no cronograma de execução, então além de ter que procurar ‘às pressas’, as pessoas não queriam se autodeclarar viciadas nas redes. Talvez por ser um tema ‘recente’, ou considerado ‘normal’, as pessoas que foram contatadas não possuíam um diagnóstico assinado por um psicólogo ou psiquiatra. Em função disso, foi necessário adotar uma outra estratégia: procurar por pessoas que publicam e compartilham muito conteúdo em seus perfis.

Após encontrar essas pessoas, as perguntas foram direcionadas ao tempo em que cada uma passa nas redes sociais, e como são seus hábitos com essas plataformas. Assim, é



possível ilustrar para o ouvinte que não existe um perfil específico de viciado nas redes sociais. Essa questão foi considerada resolvida, uma vez que as próprias fontes afirmaram passar muitas horas do seu dia em frente às telas, e sentem falta de mexer nas redes quando estão longe ou ocupadas.

1.3 Objetivos Alcançados

O objetivo geral deste Trabalho de Conclusão de Curso era produzir uma série de podcast sobre as técnicas que as redes sociais usam que podem causar vício tecnológico nas pessoas, e esse objetivo foi alcançado. Além disso, a proposta principal, era produzir um conteúdo de fácil entendimento a todos, que alertasse de uma maneira consciente, sobre esse poder vicioso das redes sociais, um mídia usada diariamente por grande parte da população. A intenção, não é que após ouvir o *podcast*, as pessoas excluam todos os aplicativos de seus celulares, mas que passem a usar de maneira consciente, sabendo que existem estratégias para mantê-las mais tempo possível em frente às telas.

Os objetivos específicos também foram alcançados. Foram realizadas entrevistas com fontes especialistas que puderam, através de seus conhecimentos e práticas na área, relatar quais são as técnicas e mecanismos utilizados pelas redes sociais, como os algoritmos, design das plataformas, coleta de dados e distribuição de conteúdos personalizados. Como também, foi apresentado os efeitos que o uso excessivo das redes podem causar à saúde física e psicológica, além de alertar sobre a necessidade de uma regulamentação mais específica e eficiente das redes sociais.

Do mesmo modo, as falas das fontes personagens foram de suma importância, para que os ouvintes possam se identificar com as situações descritas, e se aproximarem mais da temática.

Como dito anteriormente, acredita-se que esse tema deva ser ainda mais debatido, as redes sociais são ‘recentes’, e não se sabe os efeitos a longo prazo de tanta exposição em frente às telas. Ademais, os episódios atingiram as expectativas e a autora acredita estar entregando um trabalho satisfatório.



2 SUPORTES TEÓRICOS ADOTADOS:

2.1 - Surgimento das redes sociais

Por volta dos anos de 1990, Berners-Lee, cientista da computação, criou um programa digital chamado de *World Wide Web* que permitia a criação e edição de páginas de hipertexto, como também navegar por elas (Araya; Vidotti; 2010).

Para a efetivação dessa tecnologia, Berners-Lee precisou criar: a linguagem de etiquetas de hipertexto HTML (Hyper Text Markup Language) para possibilitar a realização de páginas Web que todos os computadores do mundo pudessem exibir de maneira idêntica; o protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol), um jogo de regras que os computadores usariam para comunicar-se na Internet e permitiria links para recuperar automaticamente documentos, independentemente de sua localização; e o URL (Uniform Resource Locator), uma forma-padrão de dar aos documentos na Internet um único endereço (Araya; Vidotti, 2010, p. 27)

Sua primeira versão, *Web 1.0*, era uma plataforma que oferecia informações e os usuários só podiam acessar as páginas, sem conseguir interagir diretamente com o conteúdo delas. Já sua segunda versão, *Web 2.0*, possibilitou a cultura da interação e colaboração, inaugurou diversos sites colaborativos e as redes sociais (Zenha, 2018).

Os indícios da primeira rede social digital datam de 1997, com a popularização do site *SixDegrees*. No Brasil, os registros dessa nova mídia partem de 2004, com adesão das pessoas a rede social *Orkut*, e nesse mesmo ano, mais de 50% dos usuários da rede eram brasileiros (Mocellim, 2007). O *Orkut* era uma ferramenta de conjunto de perfis de pessoas, no qual haviam interações diretas (amigos) e indiretas (amigo do amigo), além do envio de mensagens para outros usuários e comunidades (Recuero, 2004)

Essas novas mídias oferecem um espaço em que é possível discutir e debater as informações, além de criar comunidades que atravessam barreiras geográficas e temporais.

As redes sociais proporcionam um aumento significativo das interações e da conectividade entre grupos sociais por serem um meio promissor de divulgação de conteúdo e de propagação de ideias. O diferencial das redes sociais está na facilidade que possuem para construir as mensagens; a facilidade na veiculação, o acesso rápido e em pontos distanciados que proporcionam as trocas de saberes disponibilizados pelos pontos na rede social; o gerenciamento de perfis para aceitar e propagar esses saberes (Zenha, 2018, p.39).

A interação por meio das telas ampliou o seu alcance com os dispositivos móveis, *tablets* e *smartphones*. A facilidade de poder acessar as redes sociais de ‘qualquer lugar’ - se



tiver um computador ou celular e acesso a internet - colaborou para a expansão do uso dessas novas mídias (Zenha, 2018).

Segundo Mendes (2017), a nossa sociedade está prestes a se tornar submersa no *online*, rodeada de redes sociais, onde somos ‘obrigados’ a compartilhar os momentos do nosso dia a dia, desde um almoço comum até uma corrida de noite. “Todo este universo centrado nas redes sociais têm tendência para se desenvolver cada vez mais e começamos a perceber que as redes sociais começam ter diversos efeitos na sociedade e a alterar comportamentos” (Mendes, 2017, p.2).

Holmes (2013), cita que o Brasil além de ser o país mais populoso da América do Sul também emergiu como um dos países que mais usa mídias sociais na região, e no mundo. Na época que o autor apontou isso, os brasileiros já representavam 65 milhões de perfis no *Facebook*, o país também era o segundo com mais usuários no antigo *Twitter*, atual *X*.

Cerca de 10 anos depois, o Brasil continua tendo notoriedade no que diz respeito à representatividade nas redes sociais. De acordo com dados do Digital 2024: o Brasil é o terceiro país em que os civis mais ‘gastam’ tempo nas redes sociais - 3 horas e 37 minutos -, e 46,9% dos usuários usam as plataformas como meio de trabalho. As principais redes usadas pelos brasileiros são o *WhatsApp* (93,4%), *Instagram* (91,2%), *Facebook* (83,3%) e *TikTok* (65,1%).

O *WhatsApp* é uma mídia social direcionada para troca de mensagens. Seu nome é um trocadilho com a expressão em inglês ‘*What's Up*’ (E aí?). Seus desenvolvedores queriam criar uma versão melhorada do *SMS*, pois acreditavam que todos teriam acesso a um *smartphone* em um curto período de tempo (Araújo; De Paula; Souza, 2015).

Quando os fundadores da mídia social *WhatsApp* começaram o negócio juntos, idealizaram um produto que não fosse apenas mais uma central de anúncios, oferecendo um serviço que fosse funcional, econômico e melhorasse a vida de seus usuários, O desejo é que o *WhatsApp* seja o produto que deixa o usuário entusiasmado com necessidade de uso constante e diário, eles acreditam que a publicidade é prejudicial à estética, com insultos à sua inteligência e interrupção de sua cadeia de pensamentos, afirmando que “quando há anúncios, você, o usuário, é o produto” (Araújo; De Paula; Souza, 2015, p.11).

O aplicativo pode ser baixado gratuitamente em *smartphones* e computadores, necessitando apenas de uma conexão com a internet para ser usado. Diferente de outras redes



sociais, o *WhatsApp* não possui uma *timeline*³, sendo seu *layout composto* por *chats* de conversa de pessoa para pessoa e de grupos.

Desenvolvido por dois engenheiros de programação, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o *Instagram* surgiu em 2010 e possibilita a comunicação entre pessoas do mundo inteiro apenas com um deslizar de dedo na tela. O intuito da criação do aplicativo era reviver a ‘instantaneidade’ das *Polaroids*⁴, e possibilitar a captura de fotos e usar filtro nelas. Desde o seu planejamento, o aplicativo passou por alterações que promovem maior interação entre o usuário e a plataforma (Martins; Ramos 2018).

Por muitos anos o *Facebook* foi considerado a maior rede social do mundo. Criada em 2004 por estudantes da Universidade de *Harvard*, o seu principal objetivo no início era estabelecer um meio de comunicação entre os acadêmicos. Atualmente, a rede permite que se compartilhe mensagens, *links*, vídeos e fotografias (Mendes, 2017).

No centro da sua página inicial no Facebook, aparece o "feed de notícias", ou seja, as atualizações dos seus amigos, os links que eles divulgam, os vídeos, as notícias etc. Você pode comentar cada item ou clicar no botão "Curtir" para demonstrar que gostou daquele conteúdo. Da mesma forma, o que você divulgar no campo "O que você está pensando", pode aparecer no "feed de notícias" deles. Quanto mais um conteúdo for curtido ou comentado, mais aparece para as pessoas da sua rede (Castro, 2011, p. 2).

A *Big Tech*⁵ responsável e que controla as três redes sociais citadas acima - *Whatsapp*, *Instagram* e *Facebook* - é a Meta, antiga *Facebook Inc.*, e seu dono é Mark Zuckerberg.

O *TikTok* pode ser considerado a rede social recente a ter o maior crescimento de usuários. Foi criado em 2016 pela *startup* chinesa *ByteDance*, mas ganhou adesão do público brasileiro a partir de 2019 e, principalmente, durante os anos do isolamento social recomendado para diminuir a proliferação do vírus *Covid-19* (Monteiro, 2020).

³ Linha do tempo, em português, indica a organização cronológica de postagens em redes sociais dispostas para visualização do usuário.

Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/glossario-de-redes-sociais/#>
Acesso: 13 de maio de 2024

⁴ A câmera instantânea é um equipamento analógico que realiza a captura de imagens em menos de 1 segundo. A foto também é revelada instantaneamente. O Instax e Polaroid são dois dos principais modelos disponíveis no mercado.
Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/10/06/reviews/como-funcionam-as-cameras-instantaneas-como-instax-e-polaroid/>
Acesso: 13 de maio de 2024

⁵ Grandes empresas de tecnologia, que predominam o mercado.
Disponível em: <https://blog.aainovacao.com.br/high-techs-gigantes-da-tecnologia/>
Acesso: 28 de outubro de 2024.



A ferramenta é organizada com conteúdo em formato multimídia e seus usuários, os tiktokers, podem criar, postar e compartilhar vídeos de até 60 segundos. [...] O TikTok, que está acessível em 150 países e convertido em 75 línguas, chegou ao Brasil em meados de 2019. O aplicativo se destaca pelo público estratégico que alcança: cerca de 66% de seus usuários têm menos de 30 anos, uma geração de jovens conectados com idade majoritariamente entre 15 e 25 anos, que costumam gravar esquetes de humor ou dublagem de músicas, filmes, séries e demais vídeos da internet (Monteiro, 2020, p.7-8).

No segundo semestre de 2020, a plataforma estava entre as dez redes sociais mais acessadas do mundo, e o aplicativo mais instalado na *App Store*, com mais de 800 milhões de usuários ativos (Monteiro, 2020).

2.2.1 - Os algoritmos

Durante o uso da internet, é comum que as pessoas acessem um site de compras, e ao migrarem para uma rede social surja uma propaganda dessa loja ou de outra muito parecida. Pariser (2012) explica que isso são os “filtros de personalização”, nós ‘damos’ às grandes empresas - como *Google* e *Facebook* - dados sobre os nossos gostos, preferências e atividades do dia a dia, e o algoritmo começa a sugerir conteúdos específicos para cada usuário.

De uma maneira sucinta, os algoritmos podem ser descritos como mecanismos de previsão, que coletam informações que são disponibilizadas nas redes sociais e nos sites que os usuários usam, criando um universo de informações exclusivas para cada pessoa (Pariser, 2012).

Se buscarmos uma palavra como “depressão” no Dictionary.com, o site irá instalar 223 cookies e beacons de rastreamento em nosso computador, para que outros sites possam nos apresentar anúncios de antidepressivos. Se compartilharmos um artigo sobre culinária na ABC News, seremos perseguidos em toda a rede por anúncios de panelas revestidas de Teflon. Se abrirmos – por um mero instante – uma página que liste sinais para identificar se nosso cônjuge está nos traindo, logo seremos assombrados por anúncios de testes de paternidade por DNA (Pariser, 2012, p. 9).

Essas informações que são distribuídas nas redes sociais ‘abastecem’ a base de dados e permitem que o conteúdo disponível nas plataformas seja o mais relevante possível ao usuário. Uma das condições para participar das redes sociais, é o fornecimento de dados pessoais, que são usados para prever qual conteúdo irá atrair mais atenção do usuário (Medeiros, 2020).



O Facebook usa um algoritmo chamado *EdgeRank*, que classifica as interações ocorridas em seu site. A programação classifica as interações no site da seguinte maneira:

A matemática é complicada, mas a ideia básica é bastante simples, baseando-se em três fatores. O primeiro é a afinidade: quanto mais próxima a nossa amizade com alguém – o que é determinado pelo tempo que passamos interagindo com a pessoa e investigando seu perfil –, maior será a probabilidade de que o Facebook nos mostre suas atualizações. O segundo é o peso relativo de cada tipo de conteúdo: atualizações sobre relacionamentos, por exemplo, têm peso grande; todos gostam de saber quem está namorando quem (muitos observadores suspeitam que esse peso também seja personalizado: pessoas diferentes dão mais ou menos importância a cada tipo de conteúdo). O terceiro é o tempo: itens mais recentes têm mais peso do que postagens mais antigas. (Pariser; 2012, p.29-30)

Os filtros personalizados, promovem um foco intenso nos usuários das redes sociais. Se a pessoa gosta de *yoga*, o algoritmo vai oferecer mais informações e notícias sobre *yoga*, e menos sobre outros assuntos. O usuário passa a viver em uma bolha, sem diversidade de ideias e pessoas, e com provável perda de contato com a diferença (Pariser, 2012).

2.2.2 - Vício nas redes

Para as grandes empresas, é lucrativo que os usuários passem o máximo de tempo possível nas suas timelines. Andrade (2023) diz que por meio da coleta de dados, as redes sociais conseguem maximizar o engajamento e reter o usuário mais tempo nas plataformas. “As redes sociais, ao conhecerem os perfis e padrões de comportamento de seus usuários, podem direcionar estrategicamente conteúdos e anúncios para atender a esses impulsos, aumentando assim o engajamento e o tempo gasto nas plataformas” (Andrade, 2023, p.51).

Mas a tecnologia não consegue distinguir o que é compulsão e o que é interesse, o algoritmo é feito para que os usuários cliquem mais e mais, criando uma ‘mídia compulsiva’, e para o donos dos sites, quanto mais acessos, mais espaço para anunciantes venderem seus produtos (Pariser, 2012).

No livro, ‘Nação Dopamina’, a autora Anna Lembke (2021) define adicção, ou vício, como um consumo contínuo e compulsivo de uma substância ou comportamento, mesmo sabendo do mal que fazem para si próprio e para as outras pessoas. Ela ainda afirma que o celular e a internet são as novas drogas do século. (Lembke, 2021).

O termo *addiction* é utilizado pela literatura com relação a dependências fisiológicas, envolvendo o uso de substâncias químicas (Andrade, 2023). As redes sociais não possuem relação com tais substâncias, mas provocam estímulos cerebrais que Andrade (2023)



considera semelhantes e comparáveis aos do vício. O autor utiliza o termo *Social Media Addiction* (SMA) para exemplificar indivíduos que têm dificuldade de controlar o impulso em usar as redes sociais, e afirma que esse comportamento pode gerar problemas de saúde, emocionais e de desempenho.

A pessoa que possui vício em redes sociais sente um medo constante de estar ‘perdendo’ coisas importantes, e que estará sujeito à exclusão social por não estar *online* pois o que realmente importa está acontecendo na internet (Serra, 2021).

O adicto à internet precisa de uma maior variação de conteúdos estimulantes. Serra (2021) afirma que essas pessoas necessitam de mais tempo de conexão, e os sinais de abstinência englobam um maior estado de excitação e desconforto, tanto fisiológico quanto psicológico, quando não estão conectados a alguma rede.

O design comportamental é uma das táticas que as redes sociais estão implementando para garantir que os usuários se mantenham mais tempo ativos. O propósito é criar um ambiente viciante e com estímulos psicológicos específicos que incentivem as pessoas a continuarem online (Morato; Nunes; 2023).

Os sistemas de recomendações - predição ou sugestão de conteúdo personalizado para cada usuário - fornecem às pessoas uma experiência particularizada mas não são os únicos responsáveis por manter o alto engajamento. Uma interface que funcione bem em diversos dispositivos e uma experiência de uso facilitada - ações que descomplicam o esforço do usuário - contribuem para o sucesso das redes sociais (Breitenbach, 2021).

“Os sistemas de recomendação, [...] somados às estratégias e interações propostas nas interfaces dos produtos digitais geram cada vez mais detalhes sobre nossa personalidade, gostos e hábitos de consumo. Ao se apropriar desse conhecimento individual, as empresas responsáveis por esses produtos possuem um forte arsenal para prever e sugerir conteúdos e ações. Através desse movimento e dos estímulos positivos desses conteúdos e ações, é possível, de certa forma, moldar comportamentos, e, em alguns casos, formar novos hábitos” (Breitenbach, 2021, p.40).

Para Andrade (2023), esses elementos de design atuam no sistema dopaminérgico humano, explorando fatores neuroquímicos do sistema nervoso humano e elevando a suscetibilidade dos usuários a comportamentos compulsivos e aditivos.

No âmbito da química do cérebro, a dopamina é um dos hormônios responsáveis pela liberação da sensação de motivação e prazer, para a psiquiatra Lembke (2021), em certas situações a substância pode desempenhar uma função maior na motivação para se conseguir uma gratificação do que o prazer da própria gratificação. Na questão das redes sociais, muitas



vezes o usuário sente mais prazer em se recompensar mexendo na timeline, do que no ato em si de estar on-line.

Outros danos psicológicos associados ao uso excessivo de tecnologia e redes sociais já vêm sendo estudados. Alguns sintomas que caracterizam a dependência nas plataformas podem ser a não percepção da passagem do tempo; alterações de humor relacionados a abstinência; desempenhos insatisfatórios nos estudos ou no trabalho; e a necessidade de mais horas nas redes como mecanismo de recompensa (Eisenstein; Silva, 2016).

2.2.3 - Regulamentação das redes sociais

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 prevê que é papel do Estado, por meio do poder da polícia, definir e limitar o exercício de direitos individuais em prol do coletivo. Nesse sentido, a administração reguladora tem a função de organizar a vida privada com o uso da autoridade, seguindo as ordens previstas pelo legislador (Verbicaro; Agrassar, 2024).

As agências reguladoras foram criadas no Brasil em 1995, elas surgiram para regulamentar e fiscalizar a prestação de determinados serviços, inclusive os públicos. Segundo Mesquita (2005), a atuação do Estado regulador é caracterizada pela intervenção indireta na ordem econômica, para equilibrar os interesses dos usuários ou consumidores e do mercado, em prol do interesse público.

Assim sendo, com o avanço da tecnologia e a popularização da internet, se fez necessário regulamentar o ambiente online. O Marco Civil da Internet foi sancionado em 2014, e tem como princípio a proteção dos direitos dos usuários e a segurança no ciberespaço.

Alguns pontos regulatórios destacados pela lei incluem os princípios fundamentais (o Marco Civil da Internet prevê princípios que regulam o uso da internet no Brasil, como a proteção da privacidade e dos dados pessoais dos usuários), a inviolabilidade e sigilo das comunicações (a lei assegura a inviolabilidade e sigilo do fluxo de comunicações e das comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial), a proteção aos registros e dados pessoais (o Marco Civil da Internet estabelece a proteção aos registros, dados pessoais e comunicações privadas, permitindo o fornecimento desses dados somente mediante ordem judicial), o não fornecimento a terceiros de dados pessoais (a lei proíbe o fornecimento a terceiros de dados pessoais, incluindo registros de conexão e acesso a aplicações de internet, sem consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas na lei) (Verbicaro; Agrassar, 2024, p.5).



Contudo, o Marco Civil da Internet se mostra ineficiente em alguns aspectos envolvendo a internet e as redes sociais. Um deles, é a coleta e uso dos dados dos usuários pelas plataformas. Verbicaro e Agrassar (2024) alegam que empresas de tecnologia como *Amazon*, *Google* e/ou *Facebook*, passaram a usar gratuitamente e sem a devida autorização dos cidadãos os dados para fins comerciais. Os autores defendem que os algoritmos e a proteção de dados dos consumidores estão interligados, e que se deve exigir a transparência por parte das *Big Techs*, além de limitar o uso de informações desnecessárias para o funcionamento dos algoritmos.

Outro ponto, acerca da regulamentação das redes sociais que está sendo debatida tanto pela população quanto pelo Poder Legislativo, é a PL 2630/2020, popularmente conhecida como a “PL das Fake News”. “O Projeto de Lei visa combater a disseminação de informações falsas e conteúdos prejudiciais nas redes sociais e plataformas digitais” (Freitas; da Silva, 2023, p.6).

A proposta legislativa quer impor que as redes sociais deixem claro as regras e critérios utilizados para a moderação de conteúdo, como também as razões para a exclusão de determinadas contas ou publicação. Freitas e da Silva (2023) explicam que uma das principais motivações para a criação da PL, é para que as plataformas adotem medidas para reduzir a disseminação de notícias falsas, além das identificação de conteúdo enganoso e verificação de fatos.

O projeto também prevê obrigação de um maior controle na criação de contas para evitar perfis falsos nas mídias sociais; vedação do uso de contas automatizadas gerenciadas por robôs; limitação do alcance de mensagens compartilhadas; obrigação de que empresas mantenham registros de mensagens encaminhadas em massa por três meses; obrigatoriedade de identificação dos usuários que patrocinam conteúdos publicados; e o estabelecimento de sanções ou punições, como advertências ou multas, para empresas que não cumprirem as medidas estabelecidas em lei (Freitas; da Silva, 2023, p.7).

Apesar da criação do Marco Civil da Internet, e da discussão desse novo Projeto de Lei voltado para as redes sociais, não é previsto por essas regulamentações um controle ou barreira sobre a capacidade viciosa dessas plataformas. Esse tema é abordado superficialmente na PL 2338/2023⁶, que dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial, e

⁶ Esta Lei estabelece normas gerais de caráter nacional para o desenvolvimento, implementação e uso responsável de sistemas de inteligência artificial (IA) no Brasil.

Disponível em:

<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9347622&ts=1730837869278&disposition=inline>

Acesso: 12 de novembro de 2024



discute a questão dos aspectos éticos do *Big Data*⁷ e dos modelos de aprendizado de máquina (informação verbal)⁸.

2.3- Podcast

O *podcast* surgiu como um novo potencial de mídia sonora no ambiente online, pois permite que os ouvintes escolham quando e onde consumir um conteúdo. Ele possui uma multiplicidade de formatos que o gênero proporciona, como: “entrevista, mesa redonda, debate, reportagem, análise, jornalismo especializado, prestação de serviço, divulgação científica, boletim, editorial, comentário” (Falcão; Temer, 2019, p.12).

A criação da palavra *podcast* é uma junção de ‘*Pod*’ - *Personal on Demand* ou pessoal sob demanda -, e *cast* - abreviação de *broadcast* ou transmissão (Falcão; Temer, 2019). A diferença desse formato para os programas de áudio que já existiam é que para ouvir os arquivos, os internautas precisavam se cadastrar e fazer o *download* para ouvi-los (De Assis *et al*, 2010).

Diferente do rádio, em que o ouvinte recebe as informações que lhe são transmitidas por meio de ondas eletromagnéticas e dependem de horário e local, o *podcast* permite que as pessoas escolham o conteúdo, que pode ser acessado 24 horas por dia, todos os dias do ano⁹ (De Assis *et al*, 2010).

“Percebeu-se que o *podcast* tem ganhado espaço como produto de comunicação para o público que busca conteúdo jornalístico sob demanda e se fortalecido enquanto produto midiático na produção jornalística” (Monteiro; Pereira; 2020, p. 128). Para os autores, o gênero engloba a maneira de produzir jornalismo no formato radiofônico e aprimora a experiência do ouvinte com a tecnologia de plataformas de *streaming*¹⁰.

⁷ Conjunto de informações presentes nos bancos de dados de servidores e empresas, que pode ser acessado e possui interligações entre si.

Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/big-data/>

Acesso: 29 de outubro de 2024

⁸ Informação fornecida pelo advogado especialista em direito digital, Raphael Chaia em entrevista para execução do podcast ‘Do entretenimento ao vício’, em setembro de 2024.

⁹ É necessário acesso a um dispositivo móvel ou computador e uma rede de internet para escutar ou baixar o áudio.

¹⁰ Streaming é a tecnologia instantânea que permite assistir a vídeos e escutar música sem a necessidade de download. Ou seja, a transmissão de dados de áudio ou vídeo é feita em tempo real do servidor para o dispositivo, como celular, notebook ou smart TV (FARIA; FIRMINO; 2023).

Disponível

em:

<https://www.techtudo.com.br/guia/2023/09/o-que-e-streaming-saiba-o-que-significa-e-quais-plataformas-existem-streaming.ghml>



Para Viana (2021), o número crescente de produções de podcast se dá pela importância que o áudio tem em despertar novas experiências sonoras. Ela enfatiza que o áudio por si só é considerado imersivo, pois o *podcast* - que permite produções acusticamente elaboradas - introduz o ouvinte na história, permite que ele se sinta como testemunha dos acontecimentos e participe do desenrolar da narrativa junto com o jornalista.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha do tema do *podcast* se deu inicialmente por uma percepção da própria autora, de uma inquietude devido a quantidade de tempo em que passava acessando as redes sociais. Ao aprofundar os estudos no assunto foi possível perceber que era tópico de debate de algumas matérias e artigos, e especialistas da área já estavam alertando sobre a capacidade viciosa dessas novas mídias.

Dessa maneira, o *podcast* ‘Do entretenimento ao vício’ foi desenvolvido com o propósito de informar e alertar as pessoas sobre as horas em que ficam em frente às telas. Além disso, debater quais são as técnicas usadas pelas redes sociais para manter os usuários querendo sempre ver mais uma foto ou um vídeo. E reforçar, que essas plataformas, se usadas de maneira indevida, ou por um longo período de tempo ininterrupto, podem se tornar prejudiciais à saúde física e psicológica.

As pesquisas que colaboraram para a execução do referencial teórico e a produção dos roteiros, trazem informações pertinentes sobre o assunto, e os dados colaboram para ilustrar a dimensão que as redes sociais conquistaram nas vidas dos brasileiros. A intenção foi trazer o máximo de proximidade, para que os ouvintes pudessem se reconhecer nas situações descritas e, quem sabe, repensar nos próprios hábitos.

A escolha das profissões dos entrevistados especialistas, foi para que em cada episódio, uma vertente do tema fosse abordada. Dessa maneira, ao ouvir o *podcast*, a pessoa pode ter conhecimento em partes, de muitas peças que formam o vício. E a colaboração das fontes personagens, foram essenciais para ilustrar como a dependência nas redes se desenvolve no dia a dia.

Ainda estamos vivenciando os primeiros anos das redes sociais, como dito, aqui no Brasil, essas mídias começaram a se popularizar por volta de 2004. Esse *podcast* é um alerta para questões que irão se desenvolver muito ao longo dos anos. Espera-se que após ouvir os episódios, as pessoas possam auto-policiar seus hábitos, e cobrar as autoridades responsáveis por uma regulamentação mais assertiva e pontual.



4. REFERÊNCIAS

ANDRADE, Gabriel Figueira. **Da conexão à adicção: análise jurídico-comportamental dos riscos das redes sociais à saúde mental**. Monografia (Graduação em Direito) - Programa de Graduação em Direito da Universidade de Brasília, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2023.

ARAYA, Elizabeth Roxana Mass; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregório. **Criação, proteção e uso legal de informação em ambientes da World Wide Web [online]**. São Paulo: Editora UNESP, 2010, p.15-56.

BREITENBACH, Daniel Bueno. **O TikTok como experiência formadora de hábito. 2021**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, Rio Grande do Sul, 2021.

CASTRO, Janaina. NOVA ESCOLA. **Como funciona o Facebook?** 2011.

Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/1486/comofunciona-o-facebook>

Acesso em: 13 de junho de 2024.

DATA REPORTAL. **Digital 2024: Brasil**. 2024.

Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil?rq=brasil>

Acesso em: 13 de junho de 2024

DE ASSIS, Pablo de; GUANABARA, Gustavo; LUIZ, Lucio; SALVES, Déborah. O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia. *In*: I V SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 2010, Rio de Janeiro, RJ.

EISENSTEIN, Evelyn; DA SILVA, Eduardo Jorge Custódio. Crianças, adolescentes e o uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação: desafios para a saúde. **KIDS ONLINE BRASIL**, São Paulo, p.117-126, 2016.

Disponível

em:

https://www.researchgate.net/profile/Tania-Cabello-Hutt/publication/318781628_Parental_mediation_in_the_use_of_ICT_as_perceived_by_Brazilian_children_Reflections_on_the_2014



MESQUITA, Alvaro Augusto Pereira. O papel e o funcionamento das Agências Reguladoras no contexto do Estado brasileiro - Problemas e soluções. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, v.42, n.166, p. 23 -40, abr./jun.2005.

Disponível em:

<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/428/R166-02.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Acesso: 28 de outubro de 2024

MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Santa Catarina, v. 3, n. 2 (2), p.100 -121, jan-jul /2007.

Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13477/12360>

Acesso em: 04 de abril de 2024.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva . Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científico**, Maranhão, v.01, n.02, p. 05-20, mar./abri. 2020.

Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/ipa/article/view/30795>

Acesso em: 09 de maio de 2024.

MORATO, Otavio; NUNES, Dierle José Coelho. O uso do design comportamental nas plataformas tecnológicas e as iniciativas de sua regulamentação: Um estudo do modelo gancho. **Revista Justiça do Direito**, v. 37, n. 2, p207-235, Mai./Ago. 2023.

Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rjd/article/view/14961/114117748>

Acesso em: 12 de maio de 2024.

MOREIRA, Solange Filipa Russo. **Internet e Os Jovens Efeitos da Dependência Numa Conjetura Atualista**. 2018. Tese de Doutorado - Universidade da Beira Interior (Portugal), Covilhã, Portugal, 2018.

OLIVEIRA, Genoir da Silva. **Geração Alpha entre a realidade e o virtual: o sujeito digital**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, Rio Grande do Sul, 2019.



PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. A convergência do rádio: o podcast como proposta para o jornalismo em aplicativos de streaming. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 7, n. 1, p. 117–129, 2020.

Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/4562>

Acesso em: 13 jun. 2024.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2012.

RAMOS, Penha Élidea Ghiotto Tuão; MARTINS, Analice de Oliveira. Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade. **Texto digital**, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 117-133, 2018.

Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/1807-9288.2018v14n2p117>

Acesso em: 09 de maio de 2024.

RECUERO, Raquel. Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs. *In: IV ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA*, 2004, Porto Alegre, RS, 2004.

SERRA, Mariana De Brito. **Comportamentos Adictivos: Revisão de Mecanismos e o Seu Papel na Utilização de Redes Sociais**. 2021. Dissertação (Mestrado em Medicina), Universidade da Beira Interior, Portugal, 2021.

SOUZA, Juliana Lopes de Almeida; DE ARAÚJO, Daniel Costa; DE PAULA, Diego Alves. Mídia social WhatsApp: uma análise sobre as interações sociais. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 131-165, 2015.

Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/aj11-a05>

Acesso em: 09 de maio de 2024.

VIANA, Luana. O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos. **Comunicação Pública**, v. 16, n. 31, 2021.

Disponível em: <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/72>



Acesso em: 13 maio 2024.

VERBICARO, Dennis; AGRASSAR, Hugo José de Oliveira. Desafios na regulamentação de algoritmos sob o Marco Civil da internet. **Revista de Direito do Consumidor**, v.154/2024, p.109-131, jul./ago. 2024.

Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/383977772_DESAFIOS_NA_REGULAMENTACAO_DE_ALGORITMOS_SOB_O_MARCO_CIVIL_DA_INTERNET

Acesso: 24 de out de 2024

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? **Caderno de Educação**, Minas Gerais, v.49, n.1, p.19-42, mar/2018.

Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/cadernodeeducacao/article/view/2809/1541>

Acesso em: 24 de abril de 2024.



APÊNDICES

Episódio 1

/// TRILHA ///

//////VINHETA ////

CAROL

JÁ TE ACONTECEU DE FICAR ALGUMAS HORAS INCOMUNICÁVEL COM O MUNDO VIRTUAL / POR ESTAR NA ESTRADA / OU ATÉ MESMO EM CASA / SEM SINAL DE INTERNET / E SENTIR UMA INQUIETUDE PELA FALTA DE ACESSO ÀS REDES SOCIAIS? //

OU VOCÊ JÁ PEGOU O CELULAR JURANDO QUE SENTIU ELE VIBRAR COM A CHEGADA DE UMA NOVA NOTIFICAÇÃO / E QUANDO OLHOU NÃO TINHA NADA? //

OU ATÉ MESMO PROMETE QUE SÓ VAI DAR UMA OLHADA NO FEED DO INSTAGRAM ANTES DE DORMIR / E QUANDO PERCEBE JÁ SE PASSARAM HORAS E O SONO FOI EMBORA? //

OS SINTOMAS QUE EU ACABEI DE DESCREVER / SÃO COMUNS EM PESSOAS QUE SENTEM A NECESSIDADE CONSTANTE DE ESTAREM ONLINE / E NÃO CONSEGUEM FICAR LONGE DAS REDES SOCIAIS //

EU SOU A CAROL LEITE / E ESSE É ' DO ENTRETENIMENTO AO VÍCIO' / UM PODCAST QUE DISCUTE E ALERTA SOBRE A DEPENDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS //

A PRIMEIRA REDE SOCIAL A SE POPULARIZAR NO BRASIL FOI O ORKUT / OS REGISTROS DATAM DE 2004 // DURANTE ESSES VINTE ANOS / MUITA COISA MUDOU // ALÉM DA CRIAÇÃO DE NOVAS REDES SOCIAIS / A MANEIRA DE SE



COMUNICAR FOI FACILITADA COM A CRIAÇÃO DOS
SMARTPHONES //

A EMPRESA DATAREPORTAL / REALIZA RELATÓRIOS ANUAIS
SOBRE AS TENDÊNCIAS / E HÁBITOS DIGITAIS DAS
POPULAÇÕES DE DIVERSOS PAÍSES //

DE ACORDO COM O SEU ÚLTIMO RELATÓRIO DE 2024 / OS
BRASILEIROS PASSAM EM MÉDIA / TRÊS HORAS E TRINTA E
SETE MINUTOS / USANDO AS REDES SOCIAIS // OCUPANDO O
TERCEIRO LUGAR / NO RANKING DA POPULAÇÃO / QUE MAIS
PASSA TEMPO NAS REDES SOCIAIS //

A PLATAFORMA MAIS PRESENTE NO NOSSO DIA A DIA / É O
WHATSAPP // EM SEGUIDA O INSTAGRAM / FACEBOOK / E O
TIKTOK //

/// VINHETA ///

E PARA DISCUTIRMOS OS EFEITOS QUE AS REDES SOCIAIS
PODEM DESENCADear NA NOSSA SAÚDE MENTAL / E COMO O
USO DESENFREADO DAS PLATAFORMAS PODE SE TORNAR UM
VÍCIO // EU ENTREVISTEI O PROFESSOR DOUTOR EM
PSICOLOGIA DA SAÚDE / RENAN DA CUNHA SOARES JÚNIOR //

SONORA (0:14 - 01:21)

A PSIQUIATRA E AUTORA / ANNA LEMBKE / PUBLICOU UM
LIVRO CHAMADO NAÇÃO DOPAMINA // ONDE ELA APRESENTA
AO LEITOR / O CONCEITO DE DOPAMINA / E COMO ELA ESTÁ
RELACIONADA AO VÍCIO //

SEGUNDO ANNA / A DOPAMINA É UM NEUROTRANSMISSOR /
OU SEJA / ELA É RESPONSÁVEL POR LEVAR INFORMAÇÕES DO
NOSSO CÉREBRO / PARA AS OUTRAS PARTES DO CORPO //



PARA A PSIQUIATRA / ESSA SUBSTÂNCIA É CONSIDERADA UM
DOS NEUROTRANSMISSORES / MAIS IMPORTANTES DA
SENSAÇÃO DE GRATIFICAÇÃO E PRAZER //

A DOPAMINA É USADA PARA AVALIAR O POTENCIAL VICIOSO
DE QUALQUER COMPORTAMENTO OU DROGA // QUANTO MAIS
RÁPIDO / E MAIS SUBSTÂNCIA / UMA DROGA/ FAZ O CÉREBRO
LIBERAR / MAIS VICIOSA ELA É //

ANNA ASSOCIA OS SMARTPHONES / A UMA AGULHA
HIPODÉRMICA / AQUELAS USADAS PARA RETIRAR SANGUE OU
APLICAR SUBSTÂNCIAS// EXPLICANDO QUE OS CELULARES
FORNECEM / INCESSANTEMENTE / DOPAMINA DIGITAL PARA
UMA GERAÇÃO PLUGADA //

SONORA (2:40 - 5:49 / 7:20 - 8:16)

SONORA (8:17 - 11:31)

O RENAN AINDA REFORÇA / QUE APÓS O PERÍODO DA
PANDEMIA DO COVID-19 / AS PESSOAS PASSARAM A
REALIZAR DIVERSAS ATIVIDADES PELO CELULAR / COMO O
ESTUDO E TRABALHO // O SMARTPHONE NÃO É MAIS USADO
SÓ COMO UMA FERRAMENTA DE ENTRETENIMENTO / E PARA
COMUNICAÇÃO //

O QUE FAZ / COM QUE SEJA AINDA MAIS DIFÍCIL / FICAR
LONGE DAS TELAS //

SONORA (12:28 - 13:12)

/// VINHETA ///

ENTREVISTA FONTE PERSONAGEM (Isabelle Nunes)



/// VINHETA ///

SONORA (14:31 - 17:07)

SONORA (19:36 - 23:32)

/// VINHETA ///

SE DURANTE ESSE EPISÓDIO VOCÊ SE IDENTIFICOU COM
ALGUMA SITUAÇÃO QUE FOI DESCRITA // O PRIMEIRO PASSO
É RECONHECER O VÍCIO / E DEPOIS PROCURAR AJUDA MÉDICA
E/OU PSICOLÓGICA //

O RENAN DEIXOU UM RECADINHO / PARA QUEM SE ENCONTRA
EM UMA SITUAÇÃO DE DEPENDÊNCIA / E PRECISA DE AJUDA
PARA PARAR COM O VÍCIO //

SONORA (25:49 - 26:55)

/// VINHETA ///

ESSE FOI O PRIMEIRO EPISÓDIO 'DO ENTRETENIMENTO AO
VÍCIO' / EU SOU CAROL LEITE / E ESSE PODCAST É UM
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO / DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL / SOB A
ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA DANIELA OTA //

OBRIGADA A TODOS OS OUVINTES / E ATÉ O PRÓXIMO
EPISÓDIO //

/// TRILHA ///



Episódio 2:

/// TRILHA ///

///// VINHETA /////

CAROL

NA SEMANA PASSADA / EU ESTAVA VISITANDO UM SITE DE LOJA DE ROUPAS / DESPRETENSIOSAMENTE OLHANDO A COLEÇÃO NOVA // E QUANDO EU MIGREI PARA O MEU PERFIL NO INSTAGRAM / APARECEU UMA PROPAGANDA DESSA MESMA LOJA NA MINHA TIMELINE //

E VOCÊ? / JÁ PASSOU POR UMA SITUAÇÃO PARECIDA? //

EU SOU A CAROL LEITE / E ESSE É O DO ENTRETENIMENTO AO VÍCIO / UM PODCAST QUE DISCUTE E ALERTA SOBRE A DEPENDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS //

ENTREVISTA FONTE PERSONAGEM (Keyla Carolina)

/// VINHETA ///

ELI PARISER É AUTOR DO LIVRO ' O FILTRO INVISÍVEL / - O QUE A INTERNET ESTÁ ESCONDENDO DE VOCÊ' / E ELE EXPLICA QUE A SITUAÇÃO QUE A KEYLA DESCREVEU / ACONTECE DEVIDO AOS FILTROS DE PERSONALIZAÇÃO //

ELI DEFINE ESSES FILTROS COMO : / 'MECANISMOS DE PREVISÃO QUE CRIAM / E REFINAM CONSTANTEMENTE / UMA TEORIA SOBRE QUEM SOMOS / E SOBRE O QUE VAMOS FAZER / OU DESEJAR A SEGUIR' //

BASICAMENTE / DE ACORDO COM O AUTOR / OS ALGORITMOS DAS PLATAFORMAS / EXAMINAM OS NOSSOS DADOS /



INFORMAÇÕES // E INDICAM UM CONTEÚDO PERSONALIZADO
/ COM BASE NO QUE ELES ACHAM / QUE VAI REETER MAIS A
ATENÇÃO DO USUÁRIO //

E O PROBLEMA / NÃO É CONSUMIR O CONTEÚDO QUE VOCÊ
GOSTA / ASSISTIR OS VÍDEOS QUE TE FAZEM RIR / OU
ACOMPANHAR AS SUAS BLOGUEIRAS FAVORITAS // MAS ESTAR
/ INCONSCIENTEMENTE / EM UMA BOLHA / QUE SÓ PROMOVE
OPINIÕES E IDEIAS FAVORÁVEIS A SUA // TE DEIXANDO COM
PROVÁVEL PERDA DE CONTATO COM A DIFERENÇA //

E ALÉM DE QUE / QUANDO NOSSA TIMELINE SÓ TEM VÍDEOS E
FOTOS QUE GOSTAMOS / NOSSA TENDÊNCIA É PASSAR CADA
VEZ MAIS TEMPO / ROLANDO A TELA //

/// VINHETA ///

E NADA MELHOR / DO QUE CONVERSAR COM QUEM ENTENDE
DO ASSUNTO // POR ISSO / EU ENTREVISTEI O RAPHAEL
VIANA / ELE É DESENVOLVEDOR DE SOFTWARE / E ATUA NA
ÁREA DE DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES / E FERRAMENTAS
PARA WEB //

SONORA (14:05 - 14:10 / 14:43 - 17:01)

SONORA (0:20 - 2:02)

ESSES TERMOS QUE O RAPHA SE REFERIU / SÃO AQUELES
TERMOS DE USO / QUE APARECEM QUANDO CRIAMOS UMA
CONTA EM ALGUMA REDE SOCIAL // A GRANDE MAIORIA DAS
PESSOA / INCLUSIVE EU / APENAS CLICAMOS NO BOTÃO DE /
'LI E CONCORDO'/ SEM TER IDEIA DO QUE ESTAVA ACEITANDO
//



MAS NA HORA DE PRODUZIR ESSE EPISÓDIO / ME DEU UMA CURIOSIDADE EM SABER QUAIS INFORMAÇÕES MINHAS / E PROVAVELMENTE SUAS TAMBÉM / AS REDES SOCIAIS ESTÃO COLETANDO // ENTÃO FUI LER ESSES FAMOSOS / 'TERMOS DE USO' DO INSTAGRAM //

A SEGUIR / EU VOU LISTAR PARA VOCÊS / O QUE MAIS ME CHAMOU A ATENÇÃO //

NÓS SABEMOS / QUE NÃO É NECESSÁRIO PAGAR / COM DINHEIRO / PARA USAR OS SERVIÇOS DO INSTAGRAM // MAS A EMPRESA PRECISA LUCRAR DE ALGUMA FORMA //

NOS TERMOS / ELES DESCREVEM QUE / ' EM VEZ DE PAGAR PELO USO DO INSTAGRAM / NÓS CONSENTIMOS / QUE ELES POSSAM / USAR NOSSOS DADOS PESSOAIS / COMO ATIVIDADES E / INTERESSES / PARA VEICULAR ANÚNCIOS / QUE PODEM SER RELEVANTES / PARA O USUÁRIO //

MAS AFINAL / QUAIS SÃO EXATAMENTE ESSES DADOS PESSOAIS QUE ELES TÊM ACESSO? // SEGUNDO A POLÍTICA DE PRIVACIDADE DA PLATAFORMA / ALGUMAS DAS INFORMAÇÕES QUE ELES COLETAM SÃO: //

O CONTEÚDO FORNECIDO POR MEIO DE CÂMERA / E ÁUDIO //

QUAIS CONTEÚDOS NÓS INTERAGIMOS / E O MODO COMO FAZEMOS //

O HORÁRIO / AS FREQUÊNCIAS / E A DURAÇÃO DAS NOSSAS ATIVIDADES NAS PLATAFORMAS DO META //



ALÉM DOS DADOS QUE PARCEIROS / OU TERCEIROS / DO
INSTAGRAM / COLETARAM / E FORNECEM PARA A PLATAFORMA

//

SE VOCÊ SE INTERESSOU / E QUISER LER O CONTEÚDO
COMPLETO / BASTA DIGITAR NA BARRA DE PESQUISA /
TERMOS DE USO / DO INSTAGRAM / QUE ELES ESTÃO
DISPONÍVEIS PARA LEITURA //

SONORA (02:07 - 03:31)

SONORA (03:32 - 05:04)

SONORA (05:07 - 06:34)

SONORA (06:36 - 08:11)

SONORA (08:18 - 11:16)

/// VINHETA ///

O RAPHAEL AINDA DISSE / QUE ACREDITA SER DIFÍCIL QUE AS
PRÓPRIAS EMPRESAS / DONAS DAS REDES SOCIAIS / LIMITEM
OS ACESSOS DOS USUÁRIOS / NEM MESMO DIANTE DE
INDÍCIOS DE VÍCIO //

UMA POSSIBILIDADE / NA VISÃO DELE / É CASO O GOVERNO
BRASILEIRO CRIE UMA LEGISLAÇÃO / QUE OBRIGUE AS REDES
A BLOQUEAR O ACESSO / OU LIMITAR / CASO O USUÁRIO
PASSE MUITO TEMPO NA PLATAFORMA / OU APRESENTE SINAIS
DE DEPENDÊNCIA //

MAS ESSA CONVERSA / SOBRE A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA /
FICA PARA O PRÓXIMO EPISÓDIO // NELE / NÓS VAMOS
DISCUTIR E APRESENTAR / O QUE O GOVERNO TEM DEBATIDO



SOBRE AS REDES SOCIAIS / E SE EXISTE ALGUMA MUDANÇA
EM VISTA //

/// VINHETA ///

EU SEI QUE DEPOIS DE ESCUTAR / O QUE FOI APRESENTADO
NESSE EPISÓDIO / PODE ASSUSTAR / E DAR VONTADE DE
REFLETIR / O USO DAS REDES SOCIAIS // MAS NÃO ACHO /
QUE DEVEMOS ENXERGAR OS ALGORITMOS COMO VILÕES //

DEVEMOS TER CONSCIÊNCIA / DO REAL PODER QUE ELES TÊM
/ E DE COMO PODEM NOS MANIPULAR / SEJA PARA COMPRAR
UM PRODUTO / OU PASSAR MAIS TEMPO NAS TELAS //

POR ISSO / DA PRÓXIMA VEZ QUE FOR USAR AS SUAS REDES
SOCIAIS / FIQUE MAIS ATENTO AO CONTEÚDO QUE APARECE
NA SUA TIMELINE / E O TEMPO QUE VOCÊ PASSA EM FRENTE
ÀS TELAS//

/// VINHETA ///

E ESSE FOI O SEGUNDO EPISÓDIO 'DO ENTRETENIMENTO AO
VÍCIO' / EU SOU CAROL LEITE / E ESSE PODCAST É UM
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO / DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL / SOB A
ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA DANIELA OTA //

OBRIGADA A TODOS OS OUVINTES / E ATÉ O PRÓXIMO
EPISÓDIO //

/// TRILHA ///



Episódio 3:

CAROL	<p style="text-align: center;">/// TRILHA ///</p> <p style="text-align: center;">/// VINHETA ///</p> <p>EU SOU A CAROL LEITE / E ESSE É O DO ENTRETENIMENTO AO VÍCIO / UM PODCAST QUE DISCUTE E ALERTA SOBRE A DEPENDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS //</p> <p>NESSE TERCEIRO EPISÓDIO / VAMOS FALAR SOBRE AS LEGISLAÇÕES / E REGULAMENTAÇÕES QUE ABRANGEM AS REDES SOCIAIS // E PRINCIPALMENTE / QUAL O PAPEL DO ESTADO PARA GARANTIR A SEGURANÇA DOS USUÁRIOS //</p> <p>A PRIMEIRA LEI VOLTADA EXCLUSIVAMENTE A INTERNET / E OS RECURSOS QUE SÃO GERADOS A PARTIR DELA / FOI A LEI Nº DOZE MIL / NOVECENTOS E SESENTA E CINCO / DE 23 DE ABRIL DE 2014 // POPULARMENTE CONHECIDA COMO 'MARCO CIVIL DA INTERNET' //</p> <p>ANTES DE SUA CRIAÇÃO / NÃO HAVIA NENHUMA LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA / SOBRE O USO DE INTERNET / MUITO MENOS DAS REDES SOCIAIS //</p> <p>O MARCO CIVIL DA INTERNET SURTIU PARA ESTABELECEMOS PRINCÍPIOS / GARANTIAS / DIREITOS E DEVERES / PARA QUEM FAZ USO DA REDE / BEM COMO TAMBÉM / COM AS DETERMINAÇÕES DE DIRETRIZES DO ESTADO //</p> <p>COM O AVANÇO DA TECNOLOGIA NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO / AS NORMAS DO MARCO CIVIL DA INTERNET / FORAM SE TORNANDO INSUFICIENTES / PARA A PROPORÇÃO QUE A INTERNET E AS REDES SOCIAIS FORAM TOMANDO // E</p>
-------	--



PROBLEMAS COMO FAKE NEWS / E VÍCIO NAS TELAS FORAM
SE TORNANDO EVIDENTES //

EM FUNÇÃO DISSO / TEMAS COMO / A REGULAMENTAÇÃO DAS
REDES SOCIAIS / E ANALFABETISMO DIGITAL / COMEÇARAM A
SER PAUTADOS PELA PRÓPRIA POPULAÇÃO E O CONGRESSO
NACIONAL //

E PARA TRATAR DESSE ASSUNTO / EU ENTREVISTEI O
RAPHAEL CHAIA / ADVOGADO E PROFESSOR ESPECIALISTA EM
DIREITO DIGITAL //

/// VINHETA ///

SONORA (0:16 - 02:30)

SONORA (02:31 - 04:45)

SONORA (04:47 - 06:58)

SONORA (07:02 - 10:32)

/// VINHETA ///

ENTREVISTA FONTE PERSONAGEM (Tereza de Jesus)

/// VINHETA ///

SONORA (10:33 - 14:55)

O RAPHAEL ACREDITA / QUE A MUDANÇA DEVE COMEÇAR NA
EDUCAÇÃO / COMPARTILHADA ENTRE OS PAIS / E AS ESCOLAS
// CRIANDO ESPAÇOS / EM QUE SE FALE / E ENSINE / SOBRE
OS DIREITOS / E DEVERES / DENTRO DO ESPAÇO
CIBERNÉTICO //



E NA ESFERA JURÍDICA / O QUE FALTA / É UM DEBATE MAIS
AMPLO / COM PARTICIPAÇÃO / INCLUSIVE / DA PRÓPRIA
POPULAÇÃO //

SONORA (16:13 - 18:50)

/// VINHETA ///

E ESSE FOI O TERCEIRO / E ÚLTIMO EPISÓDIO 'DO
ENTRETENIMENTO AO VÍCIO' / EU SOU CAROL LEITE / E ESSE
PODCAST É UM TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE
JORNALISMO / DA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL / SOB A
ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA DANIELA OTA //

OBRIGADA A TODOS OS OUVINTES / E ATÉ O PRÓXIMO
EPISÓDIO //