

PODCASTING E PROTAGONISMO ESTUDANTIL: projeto de educomunicação para combate à desinformação em Caruaru/PE¹

PODCASTING AND STUDENT LEADERSHIP: an edukommunikation project to combat misinformation in Caruaru, Pernambuco

Bárbara Vianna Rodrigues²
Leonardo Gomes Bezerra³
Sheila Borges de Oliveira⁴

Resumo: Neste artigo, apresentamos o recorte de uma pesquisa em andamento no mestrado da Pós-graduação em Comunicação e Inovação Social (PósCom) da UFPE. Analisamos como a educomunicação (Soares, 2020) pode desenvolver a leitura crítica da notícia entre adolescentes para o combate à desinformação. A proposta é implementar o projeto *Somos todos repórteres?* em escolas de Caruaru, no Agreste de Pernambuco, por meio de intervenções práticas para a produção de podcast e materiais audiovisuais, tomando como base os formatos do jornalismo profissional e usando os aportes conceituais e metodológicos de Almeida (2024) na proposta da pesquisa-ação de intervenção da educomunicação na comunicação.

Palavras-Chave: Podcast. Educomunicação. Desinformação.

Abstract: In this article, we present an excerpt from an ongoing research project in the Master's program in Communication and Social Innovation (PósCom) at UFPE. We analyze how educommunication (Soares, 2020) can develop critical reading of news among adolescents to combat misinformation. The proposal is to implement the project *Are we all reporters?* in schools in Caruaru, in the Agreste region of Pernambuco, through practical interventions for the production of podcasts and audiovisual materials, based on professional journalism formats and using the conceptual and methodological contributions of Almeida (2024) in the action research proposal for educommunication intervention in communication.

Keywords: Podcast. Educommunication. Misinformation.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho GT Estudos Radiofônicos. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Jornalista, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Inovação Social, CAA/UFPE, e bolsista CNPq, email: barbara.vianna@ufpe.br

³ Jornalista, mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Inovação Social, CAA/UFPE, e bolsista FACEPE, email: leonardo.lgb@ufpe.br

⁴ Jornalista, professora adjunta e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Inovação Social, CAA/UFPE, e orientadora deste trabalho, email: sheila.boliveira@ufpe.br

1. Introdução

O podcast é uma linguagem sonora que surge com as mídias digitais, registrando crescimento de consumo ao longo dos anos, seja por atender nichos de interesse, pela linguagem mais informal ou ainda pela facilidade do acesso ao conteúdo. É o que indica uma pesquisa, realizada em 2025, revelando que 92% da população brasileira ouviu algum tipo de mídia sonora como rádio, música, streaming ou podcasts em um período de 30 dias naquele ano. O levantamento, feito pela Kantar IBOPE Media (2025), destaca a força da tradição do rádio e a expansão de podcasts, o que confirma o som como presença constante por meio de entretenimento e canal de informações.

Para as gerações mais acostumadas com as redes sociais, o podcast é parte importante desse universo digital. Castro (2024) destaca uma característica do *podcasting* que o torna ainda mais interessante, o *multi-tasking*, um tipo de concentração difusa que permite o ouvinte-internauta fazer diferentes tarefas simultaneamente. A autora descreve essa habilidade de multitarefas como uma capacidade de realizar várias tarefas ao mesmo tempo. “Parece ser um sintoma de uma mudança cognitiva que teria os meios digitais como facilitadores” (Castro, 2024, p. 9).

Neste sentido, em entrevista à revista Gama, Branca Vianna, *podcaster* da Rádio Novelo, empresa produtora de podcasts, argumentou que os “podcasts nos ajudam a fazer todas as coisas chatas da vida” (Vianna 2022 *apud* Anic 2022). Na entrevista, a *podcaster* atribui o crescimento do consumo do formato a possibilidade multitarefa que o formato permite, a exemplo, escutar um conteúdo de seu interesse enquanto aguarda no transporte o trânsito congestionado, espera uma consulta médica ou ainda realiza um conjunto de atividades manuais rotineiras, como lavar louças ou limpar a casa.

Segundo dados da pesquisa 2024/2025 da Associação Brasileira de Podcasters (Abpod), são pelo menos 32 milhões de ouvintes de podcasts no país. E o levantamento ainda indica que a maioria dos produtores publica semanalmente, mantendo, assim, os ouvintes engajados, ajudando a garantir uma produção constante de novos conteúdos (Abpod, 2025). É relevante ressaltar que chamamos de podcast o produto em si, o resultado final, o episódio disponibilizado para reprodução. Já o termo *podcasting* é utilizado para se referir ao processo contínuo de produção (Kischinhevsky, 2018).

Sobre os muitos fatores que impulsionam o crescimento do *podcasting*, Castro (2024) destaca ainda a onipresença dos aparelhos de celular e as mudanças no perfil de produção do

conteúdo. Embora os podcasts possam ser reproduzidos ou baixados em outros aparelhos portáteis e/ou computadores pessoais, notebooks e tablets, por exemplo, é inegável a associação deste crescimento com a popularização dos *smartphones*.

Além disto, Castro (2024) também reflete sobre descentralização dos veículos de comunicação tradicionais, já que, ao contrário do que ocorre com o rádio *hertziano*, por exemplo, não há regulamentação ou necessidade de concessão para as produções e transmissões de conteúdo em formato de podcasts. E isso sem abordar a questão do custo para o processo de produção, que, muitas vezes, dispensa a necessidade do uso de grandes estúdios de rádio ou de equipamentos complexos. É um fator importante a ser ponderado em meio ao debate sobre o estímulo à criação de *podcasting*, o que resulta em uma diversidade de conteúdo disponível para o público.

Neste contexto, as redes digitais transformaram a lógica da comunicação em massa ao reduzir drasticamente os gastos financeiros e as barreiras burocráticas (Träsel, 2024), o que facilitou a produção e o consumo de podcast por qualquer indivíduo. Essa facilidade técnica permite que mensagens alcancem milhões de pessoas de forma instantânea e mais econômica. No entanto, Träsel (2024) destaca que essa eficiência gera uma consequência negativa grave ao acelerar a propagação de notícias falsas. Assim, a mesma tecnologia que democratiza o acesso à informação também atua como um motor para a desinformação.

Não é à toa que, justamente, são as informações falsas e desinformações que aparecem no topo da relação dos maiores riscos para estados democráticos, de acordo com o Relatório de Riscos Globais 2026⁵, documento publicado em janeiro de 2026 pelo WEF, o *World Economic Forum* (Fórum Econômico Mundial). As notícias falsas, ou *fake news*, são produzidas com uma ação deliberada para enganar (Meneses, 2018). Segundo Alves e Maciel (2020), a *fake news* envolve algo para além da mera falsidade da notícia, que poderia ser resultado de equívocos ou erros involuntários. Para os pesquisadores, o conceito de notícia falsa é ainda mais amplo e pode ser compreendido como algo que envolve informações produzidas em ambientes de disputa ideológica.

Nesse contexto, o desenvolvimento de competências específicas para leitura crítica das mídias tem se mostrado fundamental para o combate à desinformação, pois nunca foi tão fácil e acessível, como nos dias de hoje, produzir conteúdo para as plataformas digitais (Rodrigues e Oliveira, 2025). O questionamento que se coloca, todavia, é a respeito da

⁵Disponível em: <https://www.weforum.org/stories/2026/01/global-risks-2026-top-10-two-and-ten-year-horizon/>

origem e do grau de compreensão de quem consome o conteúdo, fomento direto para o fenômeno da desinformação. Desta forma, esta pesquisa, aqui apresentada em parte, se concentra na elaboração de novas práticas sociais para a leitura crítica das notícias para a educação midiática e o combate à desinformação.

No ambiente digital, conteúdos podem ser produzidos por qualquer indivíduo (Rodrigues e Oliveira, 2025). O jornalista não detém mais o controle da informação que é veiculada, o que torna cada vez mais difícil a avaliação sobre a veracidade da notícia, assim como a distinção entre a boa e a má informação (Silva; Pena; Aguiar, 2022). Isso requer a elaboração de materiais para ampliar a compreensão daquele indivíduo que recebe a informação (Becker, 2024). Um exemplo típico é a dificuldade de distinguir a origem de um texto, já que qualquer pessoa, com as redes sociais, converteu-se em produtor de conteúdo.

Borges (2015), inclusive, já estuda esse produtor de conteúdo a partir do fenômeno social do qual nomeia de repórter-amador desde 2013, na Região Metropolitana do Recife e no Agreste de Pernambuco. Em sua investigação, busca identificar as motivações sociais que impulsionam o cidadão comum, sem formação em jornalismo, a produzir notícias em espaços autorais, criados em sites, redes sociais e aplicativos. Esse ator se converte em repórter-amador depois que passa por três fases. Na primeira, sente necessidade de se manter informado. Na segunda, interage com a grande imprensa opinando e enviando sugestões de pautas. Na terceira, fica frustrado por não ver suas pautas sendo publicadas e decide produzir notícias em espaços próprios à revelia dos filtros políticos, econômicos, sociais e culturais impostos pelos veículos de comunicação.

Para se sentir motivado a exercer o papel de repórter-amador, esse cidadão aciona, inconscientemente, disposições para as ações culturais, políticas, sociais e religiosas, foi o que Borges verificou depois de aplicar questionários para definir o quadro socioeconômico desses indivíduos e realizar entrevistas profundas e sucessivas. Esta também é a metodologia aplicada por Bezerra e Oliveira (2025) na investigação que realizam em Jataúba, no Agreste pernambucano, para verificar o mesmo fenômeno, o do repórter-amador.

Na investigação em andamento, percebe-se que o repórter-amador de Jataúba tem incomodado os veículos de comunicação e contribuído para ocupar os espaços dos desertos de notícias ao dar visibilidade a temas que ficam de fora das pautas dos conglomerados de comunicação. Os desertos de notícias são justamente esses locais que não são alcançados pela mídia tradicional na cobertura noticiosa. Segundo dados da pesquisa Atlas da Notícia (Projor,

2023), ao menos 52% dos municípios brasileiros não possuem jornal, emissora de rádio ou televisão, ou seja, cerca de 16% da população não têm acesso a um veículo de mídia local (Oliveira, Moreira e Barbosa, 2024).

Jataúba, localizada a 220 km da capital Recife, tem uma população, de acordo com o Censo de 2022, de 15.843 mil habitantes. Hoje, o município conta com a Rádio Jataúba FM e com seis blogs em atividade, diferentemente do que aponta o Atlas de Notícias (Projor, 2023), que sinaliza a existência de apenas um blog em atividade na cidade. Neste diagnóstico prévio, observa-se que os repórteres-amadores de Jataúba têm entre 30 e 60 anos e são homens, naturais de lá mesmo, casados e com filhos. Alguns são funcionários públicos, outros são estudantes de nível superior e uma parte tem nível médio e são empresários.

A investigação, realizada em Jataúba, contribui para ampliar o diagnóstico desse fenômeno social do repórter-amador, que tem feito a diferença em cidades, principalmente do interior, que não têm veículos de comunicação nos quais jornalistas formados possam atuar. É em meio a este deserto de notícias que, segundo Oliveira, Moreira e Barbosa (2024), esses cidadãos comuns estão impactando as realidades locais com a divulgação de pautas que podem ajudar a melhorar a qualidade de vida das pessoas que vivem no interior. Eles são os enunciadores das informações nos desertos de notícias e isso ocorre, em muitos casos, por meio de programas de rádio e de podcast. Por isso, é importante estudar a desinformação no universo do repórter-amador, pois ele, muitas vezes, contribui para o espalhamento de notícias falsas.

É importante pontuar ainda que o repórter-amador surge também de outro fenômeno, o da cultura participativa. Para Jenkins, Ford e Green (2014), a cultura participativa nasce em um ambiente midiático pontualmente modificado e em constante transformação no qual todos são participantes com diferentes graus de status e influência. O fenômeno vai além dos paradigmas tecnológicos e industriais, tendo como ponto central a postura do sujeito midiático e o inevitável fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas. Para Pires (2010), a transversalidade das mídias audiovisuais representa um desafio para a escola e a sociedade por conta do contexto histórico e dos processos de interpretação nos modos de ler, ver, pensar e aprender.

Quando falamos em leitura crítica, Baccaga (1997) explica que se trata de um processo contextualizado e questionador, essencial para a formação de cidadãos autônomos e capazes de navegar na complexidade e diversidade do cenário midiático contemporâneo.

Assim, a informação não deve ser vista como uma verdade absoluta, mas como um ponto de partida para a análise, considerando o contexto de sua publicação e os interesses envolvidos. “Se queremos formar o cidadão crítico, temos que nos preocupar, portanto, com as relações que seremos capazes de estabelecer com os meios” (Baccega, 1997 p. 8).

Para desenvolver uma educação midiática e combater a desinformação, produzida, muitas vezes, por aquele repórter-amador que elabora notícias em blogs, redes sociais e podcast que domina, principalmente, as cidades do interior, a educomunicação apresenta-se como um caminho eficaz para contribuir com a formação dos jovens como leitores e produtores conscientes de conteúdo digital (Pires, 2008), que vai valorizar a checagem da fonte de informação. Quando falamos em educomunicação, Kaplún é considerado um precursor e um dos principais nomes do campo, tendo elaborado conceitos e práticas que articulam comunicação e educação de maneira profundamente dialógica, comunitária e transformadora (Soares, 2011).

Desta forma, a educomunicação passa a ser central nessa relação entre mídia, notícia e formação do leitor crítico. O conceito de educomunicação, para Soares (2011), pode ser definido como um campo que envolve a criação de ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e participativos para fortalecer o espaço educativo. Já a ideia central da educomunicação, segundo Almeida (2024, p. 33), é “conscientizar as comunidades sobre o poder da articulação comunitária na sociedade”, além de habilitar cada pessoa sobre direitos básicos, como a liberdade de expressão para a construção de visão sobre o papel da comunicação.

Inspirado por Paulo Freire, Kaplún (1999) criticava o que intitulava de comunicação bancária por meio da qual se impõe informação de modo unilateral. Ele defendia uma comunicação transformadora em que emissor e receptor pudessem alternar papéis, dialogar e participar ativamente do processo comunicacional (Soares, 2011). No campo da educomunicação, Kaplún é considerado um precursor e um dos principais nomes da área por elaborar conceitos e práticas que articulam comunicação e educação de maneira profundamente dialógica, comunitária e transformadora (Soares, 2011).

Nesse contexto, os atravessamentos são inevitáveis e a educomunicação atua com a ideia da interdisciplinaridade. Freire (2017) argumenta a respeito disso para explorar questionamentos que antes não eram possíveis. Ele reforça que esta característica interdisciplinar se completa no contexto no qual os alunos têm acesso a diferentes disciplinas

e temas contemporâneos que atravessam a rotina pessoal de cada um, como bullying, gravidez na adolescência, drogas, sexualidade e violência. O autor ainda destaca que a educação e a comunicação podem ser consideradas sinônimas (Freire, 2017). Entretanto, Citelli *et al.* (2019) argumentam que o trânsito entre as duas áreas não é simples, é desafiador e, por isso mesmo, requer estratégias interdisciplinares.

É relevante destacar que a proliferação de informações falsas provoca uma reação em cadeia com danos à saúde pública, às comunidades vulneráveis e ao meio ambiente, coloca em risco os direitos humanos e impede que notícias confiáveis cheguem ao público (Rodrigues e Oliveira, 2025). Por isso, Citelli *et al.* (2019) defendem a necessidade de se promover, através de estratégias multidisciplinares, um diálogo entre comunicação e educação.

Por isso, o uso de podcasts no ambiente educativo se apresenta com uma proposta de fomentar a colaboração e o pensamento crítico, ao fazer com que os alunos trabalhem em conjunto para demonstrar sua compreensão sobre os temas que serão transformados em produção midiática. Segundo Schmithberg *et al.* (2025), a prática coletiva permite que os estudantes exercitem a expressão clara e objetiva ao compartilharem suas produções com a comunidade, preparando-os para situações que demandem uma comunicação eficaz. Além disso, ao dominarem essas linguagens, os jovens ganham autonomia para questionar e transformar sua realidade.

Neste sentido, vale ressaltar que a educação, para Kaplún (1999), não deve se restringir à transmissão de conteúdos, mas deve promover processos interativos nos quais o aprendiz se torne protagonista da própria formação. A comunicação educativa deve ser concebida como uma prática transformadora na qual emissores e receptores alternam papéis em um diálogo contínuo, rompendo com a lógica bancária da educação tradicional (Kaplún, 1999).

O conceito de educomunicação também pode ser definido como um campo que envolve a criação de ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e participativos para fortalecer o espaço educativo (Soares, 2011). A ideia central da educomunicação, segundo Almeida (2024, p. 33), é “conscientizar as comunidades sobre o poder da articulação comunitária na sociedade”, além de habilitar cada pessoa sobre direitos básicos, como a liberdade de expressão com uma visão sobre o papel da comunicação.

Podemos observar na educomunicação um leque de atuação mais amplo no que diz respeito aos instrumentos e formatos aplicados, que podem fazer o uso de jornalismo ou não, seja a partir de expressões artísticas, que vão desde cinema, quadrinhos, fotografia, pintura de painéis entre outros formatos, seja no uso de recursos digitais, como jogos eletrônicos e redes sociais (Rodrigues e Oliveira, 2025). Também é relevante destacar que as propostas curriculares recentes, geralmente, indicam três abordagens para usos de educomunicação: educar através da mídia, educar com uso das mídias e educar para as mídias. Apesar de apresentadas de modo distinto, as três perspectivas se articulam na transformação dos espaços escolares e nas relações entre o conhecimento e seus sujeitos (Pires, 2008).

De acordo com este contexto, esta pesquisa, apresentada por Rodrigues e Oliveira (2025), faz os seguintes questionamentos: 1) Quais são as contribuições da educação midiática para a formação de uma geração de leitores críticos da notícia? e 2) E como ensinar a utilizar as ferramentas típicas do jornalismo profissional para a comunidade, capacitando-a a participar do processo de construção da notícia? Por isso, o foco desta investigação se concentra em estudar a aplicação de ações de educomunicação no Agreste de Pernambuco, em específico, com adolescentes em escolas públicas por meio do uso de práticas jornalísticas em sala de aula, como a produção de podcasts. Este é um recorte da pesquisa em andamento no mestrado do Programa Pós-graduação em Comunicação e Inovação Social (PósCom) da UFPE.

Desinformação: o desafio da era digital

Pelo terceiro ano consecutivo, a desinformação é apontada como uma das maiores ameaças à humanidade no curto e no médio prazos, segundo o *World Economic Forum* (Fórum Econômico Mundial). É o que indica o Relatório de Riscos Globais 2026⁶, documento publicado pelo órgão em janeiro de 2026, no qual ressalta que as informações falsas representam riscos aos estados democráticos. O ranking da edição atual indica três principais riscos a curto prazo: confrontos geoeconômicos, a desinformação e a polarização social.

O fenômeno da desinformação afeta diretamente a sociedade, a democracia, o jornalismo e os direitos humanos no Brasil e no mundo (Becker, 2024). A exemplo disto, temos o período da pandemia global de Covid-19, o coronavírus SARS-CoV-2, entre 2020 e

⁶Disponível em: <https://www.weforum.org/stories/2026/01/global-risks-2026-top-10-two-and-ten-year-horizon/>

2023, no qual se identificou uma fase de constantes ruídos nas comunicações oficiais, provocando um descompasso entre os dados divulgados pelo Ministério da Saúde e pelos governos estaduais e municipais. Para Becker (2024), tal ação pode ter contribuído para o avanço de informações falsas nas redes sociais, gerando um impacto na comunicação entre as gestões públicas e a população.

Diante desse fenômeno social, no final de 2020, a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) lançou as cartilhas: “Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a COVID-19” e “Desinfodemia: dissecar as respostas da desinformação sobre a COVID-19” para combater o que chegou a chamar de “Desinfomedia”, unindo as palavras desinformação + pandemia. A Unesco sugeriu, assim, que estaríamos diante de um outro tipo de pandemia global, o da informação falsa. Para o combate à desinformação, foram desenvolvidas estas publicações de caráter educativo, como material de apoio para o uso em sala de aula. E a preocupação da Unesco com esse fenômeno social não é de hoje. Desde 2011 é realizada anualmente a Semana Global de Alfabetização Midiática e de Informação.

Nesse cenário, entre as iniciativas que auxiliam no combate à desinformação, podemos destacar o trabalho de *fact checking* ou checagem de fatos. No Brasil, as primeiras iniciativas integralmente dedicadas à checagem de informações surgiram há pouco mais de 10 anos e a Agência Lupa⁷ é uma das pioneiras nesse tipo de atividade. Como resultado desse trabalho de apuração e checagem de informações ao longo dos anos, em fevereiro de 2026, a Lupa publicou a primeira edição de um relatório que traz os resultados de uma pesquisa com base nos consolidados, o Panorama da Desinformação no Brasil. Um grupo de pesquisadores do Observatório Lupa fez uma análise dos dados de 2025 e o resultado disto é um material que permite ao cidadão visualizar o impacto da proliferação de notícias falsas. Esta primeira edição traz destaques como o crescimento da inteligência artificial e a polarização política.

Em 2025, segundo aponta o estudo da Lupa, os meses com maior volume de notícias falsas foram, respectivamente, novembro e janeiro, com destaque para a realização da 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, COP 30⁸, em Belém, e a

⁷ <https://www.agencialupa.org/>

⁸ A 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, um encontro global anual onde líderes mundiais, cientistas, organizações não governamentais e representantes da sociedade civil discutem ações para combater as mudanças do clima. A COP 30 foi realizada em novembro de 2025 na cidade de Belém, no estado do Pará, Brasil.

decretação da prisão preventiva do ex-presidente Jair Bolsonaro. Mas não se trata apenas de notícias ligadas à política, segundo dados divulgados no relatório, golpes digitais e desinformação econômica se consolidaram como um problema estrutural, respondendo por cerca de 20% das checagens feitas pela agência de checagem.

Para encontrar maneiras de mitigar o crescimento da desinformação no Brasil, o Ministério da Educação também tem se empenhado em iniciativas como a criação da Semana Brasileira de Educação Midiática, em 2023. No mesmo ano foi lançada a cartilha EBEM, Estratégias Brasileira de Educação Midiática, que está alinhada com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). O documento define as aprendizagens essenciais, competências e habilidades que os estudantes devem desenvolver para garantir um padrão de qualidade na educação. A Semana Brasileira tem sido realizada todo ano simultaneamente ao evento global da Unesco sobre Alfabetização Midiática e Informacional, fortalecendo, assim, a conexão do Brasil com o debate internacional sobre o tema.

A edição mais recente da Semana Brasileira de Educação Midiática, em 2025, destacou os principais resultados já alcançados, especialmente os cursos de capacitação para professores sobre educação midiática. E na sequência dessas ações, recentemente, em fevereiro de 2026, foi lançado o Mapa Brasileiro da Educação Midiática, produzido a partir de um mapeamento realizado com o apoio da Unesco. O resultado é um mapa interativo que reúne 225 iniciativas de todas as regiões do Brasil para servir de motivação para novos projetos.

Com base no exposto até aqui, a educomunicação apresenta-se como um caminho eficaz para formar jovens como leitores críticos e produtores conscientes de conteúdo digital (Pires, 2008). Por isso, o foco desta pesquisa se concentra em investigar a aplicação de ações de educomunicação, como agente de inovação social, no Agreste de Pernambuco, em específico, com adolescentes em período escolar com uso de práticas jornalísticas para, por exemplo, criar podcasts para combater a desinformação.

O podcasting e a educomunicação

Medeiros (2006) explica que o podcast tem características opostas às de um modelo de transmissão de um programa de rádio tradicional e define o podcast como um “antípoda radiofônico” (Medeiros, 2006, p. 6). Enquanto no rádio existe uma programação e uma transmissão em fluxo, o podcast é por demanda e não precisa estar integrado a um contexto,

grade de programação e, por isso, é possível encontrar episódios de temas variados em datas aleatórias. E também há diferenças no modo de produção, no podcast é descentralizado enquanto que, no rádio, além de centralizado, é institucionalizado (Medeiros, 2006).

Para Lenharo e Cristóvão (2016), o termo podcast foi criado como resultado da junção das abreviações das siglas 'pod'+ 'cast'. A abreviação 'pod' viria de 'Ipod', nome de um dispositivo de áudio da marca estadunidense Apple, aparelho eletrônico usado para reproduzir mídias de áudio digitais. E a junção com 'cast', uma abreviação da palavra inglesa 'broadcasting', traduzida como transmissão, difusão, radiodifusão ou veiculação.

Na prática, o podcast é um arquivo de áudio disponível na internet. E entre as principais diferenças entre o podcast e o rádio convencional é que o podcast é um conteúdo que fica disponível em serviços de streaming no sistema on demand, ou seja, estão armazenados em servidores na internet e podem ser escutados de acordo com a demanda, sem depender de horário fixo em na transmissão de uma programação de uma emissora de rádio, por exemplo.

E nessa discussão da comparação entre os formatos, Bufarah (2020) defende que o podcast é uma modalidade radiofônica que vai além do rádio tradicional de ondas *hertzianas* e segue para a linha de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), com uma comunicação que pode atingir um público maior, uma vez que ele transborda o alcance do rádio tradicional porque pode ser captado em celulares e outros dispositivos móveis por meio das mídias digitais.

Kischinhevsky (2016) define o rádio expandido a partir de cinco características: memória, personalização, multimídia, hipertextualidade e arquitetura de interação. A memória é a capacidade de se resgatar conteúdos antigos. A personalização possibilita ao ouvinte criar perfis próprios e listas de reprodução. Já a multimídia combina diversos formatos como texto, áudio, vídeo e imagem. Enquanto isso, a hipertextualidade conecta o conteúdo a outros textos, links e aplicativos. A arquitetura de interação permite ao público compartilhar, curtir e comentar em tempo real, tornando a experiência radiofônica mais dinâmica e participativa.

Segundo Freire (2017), o primeiro podcast teria sido produzido em 2004 por Adam Curry, radialista que naquele período era apresentador do canal de televisão MTV nos Estados Unidos. Quanto ao conteúdo e às funções, os podcasts podem ser usados para fins

entretenimento, conteúdo jornalísticas, debate e divulgação de informações diversas e, também, para fins educativos (Lenharo e Cristóvão, 2016).

Com o crescimento e a oferta de recursos tecnológicos dos smartphones, aparelhos de telefone celular já compostos com microfones aplicativos de gravação, a produção de um podcast deixou de ser uma exclusividade de profissionais das áreas de rádio e TV. O formato mais comum é aquele no qual o conteúdo é organizado por meio de entrevistas com microfone aberto e por episódios, disponibilizados em plataformas digitais de áudio.

E se quem produz conteúdo para rádio é chamado de radialista e/ou jornalista, como deve ser chamado aquele que produz conteúdo para o podcast? Medeiros (2006) afirma que, se um usuário produz seu próprio programa, com conteúdo personalizado e escolhido por ele, passa a ser chamado de *podcaster*. Assim, como falamos acima sobre as possíveis origens da palavra podcast, esta seria uma tradução livre do inglês para português daquele que produz podcast. Podemos observar, inclusive, que o podcaster se tornou uma expressão muito usada pelas redes sociais, principalmente entre os jovens, público-alvo de nossa pesquisa.

Viana (2020) fez uma análise, a partir da observação dos 50 podcasts mais ouvidos de três plataformas digitais, e propôs uma forma de categorização em eixos estruturais: 1) Relato, geralmente crônicas que buscam promover uma reflexão em temáticas de nicho; 2) Debate, quando os participantes dialogam e interagem entre si com troca de ideias; 3) Narrativas da realidade, histórias reais com uso de personagens e enredo marcado por conflitos; 4) Entrevista, quando o apresentador faz perguntas para cada convidado; 5) Instrutivo, parece uma aula com instruções sobre o tema; 6) Narrativas Ficcionais, quando se conta uma história ficcional com personagens; 7) Noticiosos, que têm o objetivo de informar resumos de notícias jornalísticas podendo ser diário, semanal ou ainda em formato de análise detalhadas; e 8) Remediados, produtos derivados de outras mídias como Rádio ou TV e são inseridos como repositório.

Além dessas categorizações, o podcast tem um outro elemento importante, o de ser um produto híbrido e fluido, o que é, segundo Viana (2020), bem típico dos meios digitais e da cultura de convergência. Mas, independentemente disso, o que não muda é que o podcast mantém uma característica marcante: a de ter proximidade com o ouvinte (Viana, 2020), além de ser uma mídia que prioriza o aspecto da linguagem sonora.

Na proposta de intervenção desta pesquisa, estamos colocando o estudante na posição de protagonista do podcast. Ele será um *podcaster* na produção de conteúdo. O formato que

iremos trabalhar é o do podcast noticioso (Viana 2020), uma vez que o objetivo é o de informar sobre fatos para combater a desinformação. Este processo da pesquisa será aplicado, conforme as etapas metodológicas de pesquisa-ação de intervenção de educomunicação, segundo Almeida (2024), como iremos desenvolver mais à frente.

A implementação de podcasting no contexto educacional promove a criação de espaços de cooperação, no qual os estudantes unem esforços para gerar um resultado comum. Ao participarem da atividade midiática coletiva, os alunos aprimoram habilidades interpessoais essenciais, tais como a capacidade de trabalhar em grupo, a clareza na comunicação e a aptidão para solucionar divergências internas (Schmithberg *et al.* 2025).

Em outras palavras, o uso dessa ferramenta tecnológica nas escolas não se limita apenas ao conteúdo técnico, mas serve como um motor para o desenvolvimento social, transformando a sala de aula em um laboratório de convivência e prática comunicativa. Em vez de apenas reproduzir o que já está estabelecido, o objetivo central é impulsionar os estudantes a realizarem produções que exaltem a identidade cultural regional e promover, assim, o debate sobre a dinâmica social (Baccega, 2009)

A utilização de podcasts e linguagens audiovisuais no ensino pode promover o desenvolvimento de competências essenciais, como o pensamento crítico, a colaboração e a capacidade de comunicação. Esse método permite uma avaliação mais interativa e dinâmica, uma vez que exige que o estudante demonstre ativamente o conhecimento adquirido (Schmithberg *et al.* 2025).

Para Baccega (2009), ao compreenderem sua posição no contexto global, os alunos tornam-se aptos a utilizar novas linguagens audiovisuais como um instrumento para questionar, reformar e transformar a realidade em que vivem. Além disso, ao dominar esses meios, o aluno compreende melhor seu papel no mundo e ganha autonomia para questionar.

Isso sem mencionar o impacto que pode gerar também na comunidade escolar. É que, ao compartilhar seus podcasts com colegas e professores, Schmithberg *et al.* (2025) argumentam que os estudantes também praticam a comunicação pública, o que os prepara para enfrentar situações futuras em que a expressão clara e objetiva pode ser necessária.

A educomunicação no Brasil e a leitura crítica

A educomunicação é entendida como um paradigma orientador de práticas sócio-educativo-comunicacionais (Soares, 2020). No Brasil, iniciativas de convergência entre

educação e meios de comunicação começam por volta dos anos 1930, com a fundação da Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro e seguem nos anos 1960, com Paulo Freire, que destacava o caráter dialógico comunicacional da educação (Chaves; Melo, 2019). Nos anos 60, os pesquisadores e professores Mário Kaplún e Paulo Freire trabalhavam que a educação tinha que ser mais dialógica e esse conceito evoluiu para a necessidade da educomunicação. Entre o final dos anos 1980 e 90, surgiram no Brasil outros projetos que visavam o desenvolvimento da leitura crítica das notícias veiculadas pelos meios de comunicação de massa.

Na década de 90, a educomunicação dá um salto após a demanda gerada pela Prefeitura da Cidade de São Paulo por projetos que pudessem ajudar a reduzir a violência nas escolas. Na época, foram utilizados os recursos tecnológicos midiáticos que existiam, com ênfase para o uso de rádio. O projeto Educom Rádio (São Paulo, 2004) foi aplicado de 2001 a 2004 por um grupo de docentes e estudantes da Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mais de 400 escolas participaram do projeto no qual desenvolveram um programa educacional com objetivo de somar à uma série de ações visando a redução da violência nas escolas do município.

Sobre a aplicação prática de projetos, Almeida (2024) aborda os desafios de intervenções em educomunicação e cita exemplo de ações comumente usadas por professores em sala de aula, que julgam ser educação midiática, quando se trata de uso da pedagogia da comunicação. É o caso do professor de língua portuguesa que propõe a atividade de criar um jornal para explicar detalhes da disciplina. Embora use instrumentos de comunicação para o ensino da disciplina, não promove o senso de leitura crítica de notícias. Para Chaves e Melo (2019), existe uma urgência de se desenvolverem projetos específicos direcionados para a alfabetização midiática de notícias, devido ao crescimento exponencial da disseminação de desinformação pelas redes sociais na internet.

Proposta de intervenção prática: alunos produtores de conteúdo e podcasters

A proliferação de informações falsas provoca uma reação em cadeia com danos à saúde pública, às comunidades vulneráveis e ao meio ambiente, desestabiliza democracias, coloca em risco os direitos humanos e traz prejuízos para a sociedade de uma maneira geral (Rodrigues e Oliveira, 2025), além de impedir que notícias confiáveis e relevantes cheguem

ao público. Citelli *et al.* (2019) defendem a necessidade de se promover, por meio de estratégias multidisciplinares, um diálogo da comunicação com a educação.

Na era digital, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) coloca alguns pilares da educação midiática como parte do desenvolvimento do aluno. A BNCC propõe o uso das tecnologias digitais na sala de aula também como meio/espaço/forma de autoria e de curadoria. A inclusão das competências ligadas à cultura digital na BNCC motivou a produção de materiais didáticos sobre o tema e estimulou iniciativas como a do Instituto Palavra Aberta, que lançou o programa EducaMídia, voltado à capacitação de professores, com apoio do Google.org e em parceria com diversas associações e organizações ligadas ao campo jornalístico (Chaves; Melo, 2019).

Para Lenharo e Cristóvão (2016), no campo de atuação jornalístico-midiático, a habilidade, que pertence ao eixo de produção de texto, ressalta a articulação entre duas atividades: produzir e compartilhar. Desta forma, o conceito de Educomunicação passa a ser central nessa relação entre mídia, notícia e formação do leitor crítico, uma vez que estas são as perguntas norteadoras desta investigação: 1) Quais as contribuições da educação midiática para a formação de uma geração de leitores críticos da notícia?, e 2) Como levar ferramentas do jornalismo profissional para a comunidade, tornando-os participantes da construção da notícia?

Neste contexto, esta pesquisa se propõe a investigar a aplicação de ações de educomunicação com adolescentes em escolas públicas por meio do uso de práticas jornalísticas no Agreste de Pernambuco. A proposta é levar uma intervenção prática e implementar o projeto *Somos todos repórteres?* com um grupo de estudantes no qual eles próprios serão colocados na posição de produtores de conteúdo. Previsão de ações complementares: a) Dialogar com a comunidade escolar, professores e alunos da escola que vai receber a ação; b) Debater o tema da necessidade da educomunicação com estudantes de comunicação; e c) Desenvolver atividades práticas e educativas para ação.

De acordo com Almeida (2024), a pesquisa-ação segue uma linha que une reflexão e transformação social em um ciclo contínuo e dinâmico de intervenção. As principais etapas são: 1) Diagnóstico, que inclui identificar o problema ou desafio na prática educativa ou comunicativa, 2) Análise aprofundada, investigação crítica sobre as causas e implicações do problema e áreas de intervenção possíveis, 3) Feedback, compartilhar os resultados da análise com os participantes da pesquisa para que saibam as escolhas das áreas de

intervenção, 4) Planejamento e ação, que é a etapa de implementação prática no contexto da sala de aula ou comunidade e 5) Avaliação, refletir o que mudou, os possíveis impactos e aprendizados.

Almeida (2024) fala sobre a importância de intervenções que sejam norteadas pela filosofia da educomunicação e explica este tipo de ação como um ato de educação social que impulsiona o desenvolvimento pessoal e coletivo. Soares (2011) reforça que, quando falamos deste tipo de intervenção, não se deve associá-lo ao sentido de interdição ou imposição, pelo contrário, ele argumenta sobre a realização de atividades sociais que ainda não tinham sido implementadas naquele grupo ou comunidade. Neste contexto, estamos desenvolvendo o projeto “Somos todos repórteres?” no qual os estudantes de escolas públicas de Caruaru irão atuar como criadores de conteúdo jornalístico, participando de várias etapas de elaboração e construção de materiais, usando práticas de empoderamento destes alunos (Almeida 2024), tornando-os protagonistas dos processos de apuração e checagem de informações.

A metodologia da pesquisa-ação

O método proposto visa transformações e cita alguns dos objetivos deste tipo de aplicação metodológica, como a ampliação da autonomia comunicativa dos envolvidos com uso crítico e criativo da mídia e o fortalecimento da cidadania (Almeida, 2024). O projeto “Somos todos repórteres?” tem como base a ideia de colocar os estudantes no eixo central das atividades, para que, assim, possam ser protagonistas das etapas de pré-produção, pauta, pesquisa e elaboração de textos, entrevistas e vídeos.

Temos como referência as etapas metodológicas propostas por Almeida (2024): 1) Coletar e analisar dados sobre hábitos comunicacionais e uso da mídia nos grupos envolvidos, fazer um levantamento de que tipo de informação os alunos consomem, de que formato mais fazem uso frequente (diagnóstico); 2) Discutir coletivamente o que foi observado para definir prioridades de intervenção (feedback); 3) Desenvolver oficinas/articulações (como mídia-educação ou expressão artística); 4) Implementar as ações com incursões práticas (produção de conteúdos, uso de tecnologia, rodas de diálogo); 5) Elaborar questionário para os participantes da ação e reavaliar os resultados; e 6) Construir relatórios de cada etapa do processo da atividade prática de ação nas escolas e identificar as necessidades, fraquezas e dificuldades dos grupos participantes da ação e colocar dados nos relatórios da pesquisa.



A estrutura geral da pesquisa será dividida em 3 fases (Minayo, 2009): 1) Etapa de pesquisa, embasamento teórico, análise de documentos (que iremos falar mais abaixo) e planejamento das ações, incluindo tratativas com escola e autorizações; 2) Etapa de aplicação da pesquisa de campo com trabalho práticos presenciais com estudantes e levantamento de dados; e 3) Etapa de desenvolvimento dos relatórios e análise de resultados. Na etapa de aplicação da pesquisa de campo, a proposta é levar uma intervenção de educomunicação utilizando práticas de jornalismo com foco na produção de podcasts.

O projeto ‘Somos Todos Repórteres?’ tem a previsão de ser realizado no primeiro semestre de 2026 na escola estadual Padre Zacarias, localizada no bairro do Salgado em Caruaru/PE, o mais populoso do município segundo o Censo 2022. O desenvolvimento do projeto conta com a anuência e apoio da direção da escola, que está cedendo uma sala para a realização das atividades e dos encontros. O projeto será feito com um grupo de alunos do 2º ano do ensino médio.

Estão previstos 12 encontros semanais, realizados no contraturno das aulas. O projeto será executado com uma dinâmica de atividades extra curriculares, nas quais os interessados poderão se inscrever no período divulgado pela direção da escola. Serão disponibilizadas inicialmente 20 vagas. A sala ofertada pela direção fica no segundo andar do prédio principal e é de tamanho de porte médio com capacidade de acomodar em torno de 30 a 40 alunos e tem ar condicionado. Esta sala não possui as tradicionais carteiras típicas das salas de aula. Ela é composta por cadeiras de plástico e mesas, detalhe que possibilita mudar as disposições das cadeiras de acordo com o formato da atividade, seja em círculo, grupos ou no estilo auditório. Abaixo apresentamos em detalhes a composição do projeto, feito a partir da metodologia de Almeida (2024).

Composição do projeto

Duração	Serão 12 encontros de 2 horas/aula divididos entre oficinas preparatórias e práticas.
----------------	---

Formato das atividades	Atividades com parte expositiva com conteúdo teórico preparado pela autora do projeto, e atividades práticas de criação de pauta, checagem de fatos, produção e gravação de conteúdo. Ainda serão realizados debates e atividades de integração para estimular o trabalho em equipe, a colaboração, e o senso crítico.
Conteúdo Prático	Criação de pauta, checagem de fatos, produção e gravação de conteúdo
Produção de conteúdo (objetivos de produção previstos)	Podcast - Criar e produzir o projeto do podcast oficial da escola. Grupo vai definir nome, perfil, logo, abrir no youtube e/ou spotify; Spots de Áudio - Produzir e gravar de 4 spots de áudio de 40 segundos cada para veiculação na rádio intervalo entre as músicas (essa rádio já existe, é um grupo que planeja as playlists, aí eles irão inserir o arquivo de áudio de jornalismo produzido pelos alunos do projeto STR); Materiais de jornalismo - Produzir, gravar e editar materiais de jornalismo no estilo reportagens para o podcast da escola - Reportagem Especiais de áudio - Produzir, gravar e editar 1 reportagem especial de áudio para ser inserida dentro de episódio do projeto Rádio Cordel da UFPE/CAA;
Possibilidades de atuação (durante produção de conteúdo prático)	Transformar a sala onde será realizado o projeto um dia em estúdio adaptado e receber convidados de fora para serem entrevistados; Gravar povo fala (entrevistas curtinhas) com alunos no intervalo da manhã; Gravar entrevistas com professores e funcionários da escola;
Sugestões de temas para pautas	Desinformação e Fake News; Eleições e título para 16 anos; Bullying ; Evento da comunidade escolar; Tema livre (música, séries ou algum contexto que estiver em polêmica no período)

(Fonte: elaboração própria)

Para planejamento e elaboração dos conteúdos das oficinas que serão aplicadas, além da experiência pessoal da autora do projeto e pesquisas sobre o tema, o material de apoio vai contar também com alguns conteúdos disponibilizados gratuitamente através do portal do governo federal e do projeto Educamídia.

Considerações Finais

Neste cenário de uma sociedade cada vez mais conectada, o papel do estudante deve transitar de receptor passivo para um agente autônomo, com protagonismo e capacidade de utilizar novas linguagens para questionar e transformar a sua realidade. Dessa maneira, a educação tem a função primeira de desenvolver uma perspectiva mais ativa dos indivíduos, devendo partir do aprimoramento das capacidades de leitura e de interpretação de imagens e textos (Pires, 2008).

As novas gerações não encontram tantos limites para ter acesso ao conhecimento, nem fronteiras, quebrados, na maioria dos casos, pela velocidade da banda para a conexão digital, apesar dos problemas de cobertura da internet em muitos locais, principalmente no interior dos estados e na Região Norte do Brasil. A educação básica, muitas vezes, não oferece uma educação midiática que vá ao encontro dessa demanda geracional (Soares, 2020), que termina ficando vulnerável à proliferação das notícias falsas. Assim, na sociedade da informação, a educomunicação ganha novas frentes de combate à fake news como a educação midiática.

Neste contexto, a educomunicação é fundamental para enfrentar a desinformação, que se propaga com facilidade graças ao alcance das redes digitais. Assim, o papel central da educação é fomentar o pensamento crítico e as habilidades de comunicação, capacitando os estudantes para interpretar textos e imagens de forma ativa e se expressarem com clareza e objetividade nos espaços onde vivem (Baccega, 2009).

Para Almeida (2024), o processo de aplicação de ações de intervenção em educomunicação não é algo linear, vai estar em constante movimento e as descobertas de uma etapa podem exigir o retorno a outras etapas, o que também pode resultar em um ambiente colaborativo e reflexivo. Estamos realizando um diálogo com a direção de cada escola para começarmos a etapa de aplicação da pesquisa-ação, como percurso para a implementação das bases teóricas e metodológicas aplicadas no mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Inovação Social.

O fortalecimento de ecossistemas participativos e críticos se torna um instrumento valioso para a transformação social (Almeida, 2024). A ideia é analisar e elaborar projetos que estimulem e incentivem o protagonismo dos estudantes, desenvolvendo competências críticas e comunicativas, com foco no combate à desinformação, que estamos implementando na escola Padre Zacarias Tavares, em Caruaru, na Região Agreste de Pernambuco.

Referências

- ABPOD. **Resultados PodPesquisa 2024/2025**. Associação Brasileira de Podcasters, 2025. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf Acesso em: 11 fev. 2026.
- ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. **Projetos de intervenção em educomunicação**. Campina Grande: EDUFCG, 2024.
- ANIC, Luara Calvi. Branca Vianna: “Podcasts nos ajudam a fazer todas as coisas chatas da vida”. Qual Podcast Ouvir. **Gama Revista**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/semana/qual-podcast-ouvir/branca-vianna-podcasts-nos-ajudam-a-fazer-todas-as-coisas-chatas-da-vida> Acesso em: 11 fev. 2026.
- BACCEGA, Maria Aparecida. A História no campo da Comunicação/Educação. **Revista Comunicação & Educação**, n. 10, p. 7-14, 1997. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36317> . Acesso em: 11 fev. 2026.
- BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, v. 14, n. 3, p. 19–28, 2009. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/43579> . Acesso em: 11 fev. 2026.
- BECKER, Beatriz. News Literacy: a potência do diálogo entre jornalismo e educação contra a desinformação. **Esferas**, n. 29, 21 abr. 2024. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/14752> . Acesso em: 11 fev. 2026.
- BEZERRA, Leonardo Gomes; OLIVEIRA, Sheila Borges de. **O que motiva o cidadão comum ser um repórter-amador na cidade de Jataúba, interior de Pernambuco**. In: 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2025. Vitória/ES. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/23/062120251124076856c087ec6e4.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.
- BORGES, Sheila. **O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Recife: Editora Cepe, 2015.
- BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Mapa Brasileiro da Educação Midiática**. Brasília: Secom/PR, 2026. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/mapa>. Acesso em: 11 fev. 2026.

BUFARAH, A. **Proposta de classificação de podcasts jornalísticos na internet brasileira**. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, evento virtual, dez/2020. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2533-1.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.

CASTRO, Gisela G. S. Podcasting e consumo cultural. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 15, n. 01, p. 26-42, jan./abr. 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7390/5656>. Acesso em: 11 fev. 2026.

CHAVES, Mônica. MELO, Luísa. Educação midiática para notícias: histórico e mapeamento de iniciativas para combater a desinformação por meio da educação. **Revista Mídia e Cotidiano**. Artigo Seção Temática. V. 13, n. 3, dez. de 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38091> . Acesso em: 11 fev. 2026.

CITELLI, A. O.; SOARES, I. de O.; VASSALLO DE LOPES, M. I. Educomunicação: referências para uma construção metodológica. **Comunicação & Educação**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 12-25, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/165330> . Acesso em: 11 fev. 2026.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. Podcast: breve história de uma nova tecnologia educacional. **Educação em Revista**. Marília, SP, v. 18, n. 2, p. 55–71, 2017 .v18n2.05.p55. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/educacaoemrevista/article/view/7414>. Acesso em: 11 fev. 2026.

JENKINS, H; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão – Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

KANTAR IBOPE MEDIA. **92% dos brasileiros consomem áudio em múltiplos formatos, mostra Inside Audio 2025**. São Paulo: Kantar IBOPE Media, 2025. Disponível em: <https://kantariopemedia.com/conteudo/92-dos-brasileiros-consomem-audio-em-multiplos-formatos-mostra-inside-audio-2025/> Acesso em: 11 fev. 2026.

KAPLÚN, Mário. Processos educativos e canais de comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 14, p. 68–75, 1999. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/36846>. Acesso em: 11 fev. 2026.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **EnRevista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, 2018 vol. 5, número 10, pp. 74-81. Disponível em: <https://www.revistaec.eu/index.php/raec/article/view/148/153> Acesso em: 22 dez 2025.

LENHARO, Rayane Isadora; CRISTÓVÃO, Vera Lúcia Lopes. Podcast, participação social e desenvolvimento. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.32, n.01, 2016, p. 307-335. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/edur/v32n1/1982-6621-edur-32-01-00307.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.

MEDEIROS, Marcello Santos de. **Podcasting: Um antípoda radiofônico**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0776-1.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O Desafio da Pesquisa Social. In: DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2009, p. 9-30.

OLIVEIRA, Sheila Borges de; MOREIRA, Diego Gouvea; BARBOSA, Rodrigo Miranda. Perfil sociológico do repórter-amador no Agreste de Pernambuco. **Cadernos de Comunicação**, [S. l.], v. 28, n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/73452> . Acesso em: 11 fev. 2026.

PIRES, Eloiza Gurgel. A experiência audiovisual nos espaços educativos. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, v. 13, n. 2, p. 15–22, 2008. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comeduc/article/view/42298>. Acesso em: 11 fev. 2026.

PROJOR. **Atlas da Notícia 2023 - Relatório Dados e Estatísticas Região Nordeste**. Brasília: ProJor Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, 2023. Disponível em: <https://atlas.jor.br/dados/app/>. Acesso em: 11 fev. 2026.

RODRIGUES, Bárbara Vianna; OLIVEIRA, Sheila Borges de. Estudante *Podcaster*: o podcast como ferramenta de combate à desinformação com práticas de educomunicação em sala de aula. **Radiofonias –Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 16, n. 02, p. 185-206, mai./ago. 2025. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/8064> Acesso em: 11 fev. 2026.

SCHMITHBERG, Nilsirlânia; DE ABREU, Ádima Rocha; ARANTES, Ana Lúcia Alves; MARTINS, Célia Maria Lopes Araújo; DE SOUZA, Élia Aparecida; DE SOUZA, Maisa Airan; DA SILVA, Suemy Alves; LAMARO, Suzete Faria. Produção de conteúdo por estudantes: podcasts como metodologia ativa. **Revista Aracê**, [S. l.], v. 7, n. 5, p. 25724–25731, 2025. Disponível em: <https://periodicos.newsciencepubl.com/arace/article/view/5201>. Acesso em: 11 fev. 2026.

SILVA, Marcos Paulo; PENA, Felipe; AGUIAR, L. Pesquisas em jornalismo contra a desinformação: credibilidade para a defesa da democracia. In: PRATA, Nair; JACONI, Sônia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendry; MATOS, Sílvio Simão (orgs). **Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação**. São Paulo: INTERCOM, 2022, p 98-125. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/comunicacao-e-ciencia-reflexoes-sobre-a-desinformacao050922.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.

SOARES, I. de O. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, I. O. Comunicação e Educação no contexto da crise das instituições paradigmáticas: a emergência da educomunicação. In PRATA, Nair e PESSOA, Sônia Caldas (orgs). **Fluxos comunicacionais e crise da democracia**. São Paulo, Intercom, 2020, pg. 44-63. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/fluxos30112020.pdf> Acesso em: 11 fev. 2026.

TRÄSEL, Marcelo. Panorama do combate à desinformação através da regulação no Brasil. **E-Compós**, [S. l.], v. 27, 2024. Disponível em: <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/2994> . Acesso em: 11 fev. 2026.

VIANA, Luana. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 3, dez./mar. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/43248> Acesso em: 11 fev. 2026.