



RELATO DE EXPERIÊNCIA

EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E AUDIÊNCIA JOVEM: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA DO PROJETO VERIFATO

Sílvia Porto Meirelles Leite¹; silviameirelles@gmail.com

RESUMO

O trabalho tem como objetivo apresentar ações de educação midiática para audiência jovem, destacando as atividades realizadas pelo projeto VeriFato, desenvolvido no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. O projeto trabalha com a: 1) realização de oficinas sobre leitura crítica e reflexiva de informações acessadas no ambiente digital e 2) produção de vídeos curtos explicando para a audiência jovem assuntos que estão sendo debatidos nas redes sociais. Com isso, busca-se investir no entendimento sobre a circulação de informações na internet e na leitura crítica de conteúdo jornalístico como estratégia de combate à desinformação. Atualmente, já foram realizadas oficinas em mais de dez instituições de ensino, com alunos de Educação Básica, também já foram produzidos mais 160 vídeos para os perfis do projeto no Instagram e no TikTok.

PALAVRAS-CHAVE

educação midiática, audiência jovem, TikTok, Educação Básica, ambiente digital

1. INTRODUÇÃO

Ao refletir sobre os conteúdos acessados pela audiência jovem e o desafio do jornalismo para chegar nessa audiência, buscou-se entender como o público mais jovem está acessando as informações atualmente. De acordo com a Pesquisa TIC Kids Online Brasil (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2024), os jovens são o estrato da população que mais acessam a internet em uma escala mundial e o primeiro acesso de crianças e adolescentes inicia cada vez mais cedo. No Brasil, segundo dados coletados em 2023, 96% dos entrevistados entre 9 e 17 anos usaram internet todos os dias ou quase todos os dias. No que se refere ao uso de plataformas e aplicativos, 78% dos entrevistados declararam ter perfil no WhatsApp, 66% tem perfil no Instagram e

¹Pós-Doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e Doutorado em Informática na Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas.



63% tem perfil no TikTok. De acordo com as respostas dos usuários: 82% realizou pesquisas para fazer trabalhos escolares, 66% pesquisou por curiosidade ou por vontade própria e 60% leu notícias ou assistiu a notícias. No que se refere às habilidades informacionais, 64% dos adolescentes entre 15 e 17 anos declararam que sabem verificar se um site é confiável ou não, nesse item, ao observar os adolescentes entre 13 e 14 anos, a porcentagem baixa para 60%. A pesquisa destacou que grande parte desses acessos é realizado através de *smartphones* e as possibilidades de acessar conteúdos no ambiente digital variam de acordo com a classe social e com as condições de usar internet regularmente (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2024).

Essa tendência é mundial, pesquisa divulgada pelo órgão regulador de serviços de comunicação do Reino Unido (OFCOM, 2022) aponta que os adolescentes do Reino Unido acessam notícias através do Instagram, do TikTok e do Youtube e estão se afastando dos canais tradicionais de notícia. O Instagram é o mais acessado pelos entrevistados, mas o TikTok apresentou o maior aumento comparando com 2020. O Digital News Report 2024 (REUTERS INSTITUTE, 2024), aponta que plataformas de vídeo como o TikTok estão ganhando importância como fontes de notícias, principalmente entre os jovens, sendo que os vídeos curtos nas diferentes plataformas foram acessados por 66% dos entrevistados. O relatório da Reuters também destaca o crescimento do consumo de notícias online no Brasil, incluindo o acesso a organizações jornalísticas no TikTok, que já ultrapassou o acesso desse tipo de conteúdo no X (antigo Twitter). Entretanto, para os brasileiros, TikTok e X são consideradas as plataformas menos confiáveis, sendo que 24% dos usuários dessas plataformas destacam que é difícil afirmar se o conteúdo é ou não uma notícia e se é confiável.

Ao buscar entender e problematizar o acesso à informação no ambiente digital por adolescentes e jovens, período da vida em que são criados hábitos de consumo de informações que estarão presentes pelo resto da vida adulta, pretende-se contribuir para a formação do cidadão. Considerando o cenário de desinformação atual, é importante instrumentalizar essa audiência quanto a circulação das informações acessadas e sobre fontes confiáveis. Para tanto, investe-se em ações de Educação



Midiática, que contempla a leitura crítica e reflexiva da circulação de informações, o que é amparado por um conjunto de habilidades que possibilitam acessar, analisar e participar da circulação de informações no ambiente digital. Tal proposta contempla o letramento digital, ou seja, é necessário investir na capacidade da audiência jovem de selecionar e utilizar ferramentas à medida que as necessidades vão surgindo. Com isso, trabalha-se com a perspectiva de que entender e usar as estruturas midiáticas está relacionado ao exercício da cidadania e ao direito à comunicação.

Ao considerar a circulação de informação no ecossistema digital da atualidade, que evidencia a plataformização do jornalismo e a dependência das Big Techs, a Educação Midiática enfrenta novos desafios. Além de precisar entender as ferramentas para publicar e acessar conteúdos, também é importante o entendimento sobre o ambiente comunicacional construído nessas plataformas. Ou seja, é preciso problematizar: que informações estão sendo acessadas, como estão sendo acessadas, quais são informações jornalísticas e como os algoritmos interferem nesse acesso.

Tal proposta contempla atividades de extensão, de pesquisa e de ensino acerca da circulação da informação no ambiente digital, bem como o entendimento de como a audiência jovem é afetada por essa informação cada vez mais plataformizada. Junto a isso, o grupo de docente e discentes do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) tem estudado sobre a produção e o consumo de conteúdo jornalístico no TikTok. Tal proposta está em consonância com as Diretrizes para as Políticas de Extensão da Educação Superior Brasileira (BRASIL, 2018), contribuindo para a formação de alunos de Jornalismo da UFPEL através da interação com a sociedade. Com isso, investe-se na troca de conhecimentos entre universidade e comunidade local para trabalhar questões complexas como a leitura crítica da mídia digital, a dependência das grandes empresas de tecnologia e o combate à desinformação.

Nesse cenário, além de produzir conteúdos no formato de vídeos curtos que explicam temas debatidos nas redes sociais, também são propostas oficinas para estudantes do Ensino Médio e anos finais do Ensino Fundamental que buscam orientar conteúdos acessados na internet. Para tanto, busca-se subsídios na Educação



Midiática para conduzir e problematizar as ações dos projetos relacionados com o VeriFato.

2. PERSPECTIVAS A PARTIR DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Em 2023, a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República lançou um documento apresentando a Estratégia Brasileira de Educação Midiática (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2023). Além do documento, a SECOM também promoveu a 1ª e a 2ª Semana Brasileira de Educação Midiática, em 2023 e em 2024. Tais iniciativas apontam para o investimento na Educação Midiática como política pública, abordando a importância de investir na leitura crítica da mídia e na reflexão sobre o acesso à informação no ecossistema comunicacional na Internet.

Entretanto, a Educação Midiática já vem sendo trabalhada junto à população bem antes dessas iniciativas institucionais. Chaves e Melo (2019) relatam que em 1930 já eram observadas iniciativas de convergência entre educação e meios de comunicação no Brasil, com ênfase para a Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro. De acordo com Soares (2014), na década de 1970, países como Inglaterra, Austrália e Canadá, já desenvolviam programas de Educação Midiática com a população e com o apoio dos respectivos governos. O autor destaca ainda, que, no decorrer da história, outros países como Estados Unidos, França, Brasil e Argentina também adotaram projetos e políticas públicas que buscavam instrumentalizar a população para um acesso à mídia mais consciente e reflexivo.

Autores como Sábada e Salaverría (2023), Almeida et al (2022), Chaves e Melo (2019) destacam que é essencial desenvolver a habilidade de leitura crítica da mídia, principalmente ao refletirmos sobre cenário de desordem da informação atual. Para tanto, o investimento na alfabetização midiática pode ajudar os alunos a desenvolverem competências midiáticas que possibilitem identificar desinformação e saber onde buscar informações com credibilidade. Sábada e Salaverría (2023) reconhecem as relações positivas entre o investimento na formação da audiência e melhores hábitos de consumo de informações nas diferentes mídias. Além disso, os autores enfatizam que iniciativas de Educação Midiática e Alfabetização Midiática



promovem a cidadania e um consumo mais consciente dos conteúdos acessados na mídia.

Assim, na abordagem proposta para esse trabalho, entende-se que a educação midiática contempla: o letramento digital e o letramento midiático. No primeiro, busca-se desenvolver competências acerca dos dispositivos digitais que possibilitam acessar, selecionar e armazenar informações. No segundo, contempla-se o entendimento acerca da mídia e dos conteúdos acessados, o que inclui os sistemas e os fluxos de circulação da informação, a análise e crítica dos conteúdos e a influência desses conteúdos na vida social e individual. Assim, iniciativas de Educação Midiática promovem um uso mais eficiente de artefatos e recursos e uma compreensão mais consistente sobre a produção e a circulação da informação acessada. Tal perspectiva orientou as escolhas do projeto VeriFato, sustentando a intencionalidade das atividades propostas.

3 PERCURSOS DO PROJETO VERIFATO: CAMINHOS PARA A EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

O projeto VeriFato integra atividades de extensão e ensino realizadas por docente e discentes do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). As atividades buscam contemplar as possibilidades da Educação Midiática, investindo no letramento digital e no letramento midiático como forma de aproximar a audiência jovem da produção jornalística e de orientar sobre conteúdos desinformativos que circulam nas redes sociais.

O VeriFato nas escolas começou a ser implementado em 2021, durante a pandemia de Covid-19, com atividades remotas. Nesse período, tinha-se como objetivo apresentar a alunos de Ensino Médio de Escolas Estaduais do Rio Grande do Sul ferramentas que possibilitassem a identificação de conteúdos desinformativos, também trabalhou-se com orientações sobre tipos de conteúdos jornalísticos (SALGUEIRO, CAMPOS, LEITE, 2021). A partir dessa experiência inicial, a proposta foi reformulada, buscando uma intervenção que relacionava o letramento digital e o letramento midiático.



Ao observar que adolescentes e jovens adultos estavam perdendo contato com veículos jornalísticos e consumindo informações nas plataformas de redes sociais, buscou-se caminhos para aproximar a audiência jovem de conteúdos jornalísticos. Assim, a partir de 2022, o projeto investiu na produção de vídeos para a audiência jovem que explicassem temáticas em evidência no TikTok, no antigo Twitter e no Instagram. Os vídeos produzidos foram publicados no perfil do TikTok @verifatodigital e no perfil do Instagram @Veri.Fato. A escolha das pautas que seriam trabalhadas no formato de vídeos curtos foram baseadas em pesquisas de hashtags e de temas em evidência nas redes sociais, buscando por temáticas de interesse público e de relevância para a audiência jovem. Assim, investiu-se em temas como: ingresso no ensino superior, a inserção na vida política e o direito ao voto facultativo aos 16 anos, cidadania e incentivos governamentais e questões sanitárias como vacinação (SOUZA, LEITE, 2022).

Com essa experiência, percebeu-se a importância de escolher temas que dialoguem com as expectativas e realidades da audiência jovem. Entretanto, também observou-se a importância de trabalhar o formato do vídeo e realizar experimentos com áudios e edições mais atraentes para esse público. Nessa perspectiva, entre 2023 e 2024, buscou-se diversificar as possibilidades de formatação e analisar os padrões de acesso da audiência jovem. Com essa análise, constatou-se que a maior parte das visualizações dos vídeos do perfil do VeriFato no TikTok são de espectadores entre 18 e 24 anos (58.1%). Também observou-se que os primeiros dez segundos de vídeo são determinantes para a permanência da audiência até o final do conteúdo. Atualmente, já são mais de 160 vídeos publicados, todos produzidos por estudantes do curso de Jornalismo da UFPEL (TEIXEIRA e LEITE, 2024, ALVES e LEITE, 2023).

A partir das questões apresentadas, entende-se que a produção de conteúdos que visem o letramento midiático para a audiência jovem pode compreender: a escolha de pautas relevantes para adolescentes e jovens adultos, produção de conteúdos jornalísticos para plataformas como TikTok e Instagram – principalmente no formato de vídeos curtos, investimento em linguagens e formatos que detalhem temas complexos de maneira mais acessível. Entretanto, investir apenas em conteúdos para plataformas já consolidadas pelas Big Techs, acaba tornando o



projeto, a audiência jovem e o próprio jornalismo reféns de algoritmos e dos interesse dessas empresas.

Assim, considerando as possibilidades da Educação Midiática, atualmente o VeriFato atua em duas ênfases complementares: 1) na produção de vídeos curtos que explicam temas complexos do jornalismo para a audiência jovem, os quais são publicados nos perfis do TikTok e do Instagram; 2) oficinas de combate à desinformação e leitura crítica da mídia digital em escolas de Educação Básica.

No que se refere ao trabalho desenvolvido nas escolas, o Projeto de Extensão já realizou oficinas em mais de dez instituições de Ensino Público e Privado de escolas de educação básica. Foram implementadas oficinas do terceiro ano do Ensino Fundamental até o terceiro ano do Ensino Médio. A proposta das oficinas é organizada de acordo com a escolaridade e o número de participantes, tendo como objetivo principal apresentar as características do jornalismo e da notícia para estudantes de diferentes idades. Entende-se que, ao caracterizar uma notícia, os estudantes têm mais ferramentas para identificar conteúdos que não são confiáveis e podem conter informações enganosas. Além disso, são apresentadas notícias e conteúdos desinformativos, incentivando que os estudantes identifiquem a existência de ou a falta das características trabalhadas anteriormente. Também são indicados perfis de jornais e de agências de Fact Checking nas redes sociais, incentivando que os participantes sigam esses perfis (ROLIM, ALVES, LEITE, 2024).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relato reflete sobre o percurso do Projeto VeriFato, tanto na sua atuação em instituições de ensino de Educação Básica, quanto na produção de vídeos que busquem simplificar informações jornalísticas para a audiência jovem. Tal experiência, visa dialogar com as possibilidades da Educação Midiática, bem como com o cenário atual de acesso às informações através das redes sociais estabelecidas em plataformas de Big Techs. Com isso, problematiza-se um acesso que é atravessado por algoritmos e interesses econômicos, os quais precisam ser devidamente contextualizados e esclarecidos para os internautas.



Nesta perspectiva, investe-se numa aproximação com a audiência jovem, um público que, como apontam as pesquisas atuais, cada vez mais acessa informações nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens. Iniciativas do jornalismo em plataformas digitais amplificam para jovens e adolescentes conteúdos jornalísticos trabalhados nas diferentes editorias, não são assuntos escolhidos por editores com base em pesquisas de opinião, como acontecia nas revistas para adolescentes dos anos 80 e 90. São pautas debatidas amplamente. O diferencial está no formato, nas pessoas que apresentam a notícia e no esforço em tentar contextualizar a informação. Dificilmente vamos encontrar um jornalismo meramente declaratório nesse tipo de conteúdo. Se podemos observar mudanças estéticas e técnicas – no que se refere à distribuição –, também podemos observar cuidados que caracterizam o jornalismo, como a apuração, a transparência e a ética. Apesar de buscar inspiração no formato de influenciadores digitais que estão mais próximos de jovens e adolescentes, a essência da produção da informação é orientada pela práxis jornalística. Por outro lado, também podemos observar um grande investimento nas mídias sociais e na busca por engajamento, o que exige um melhor entendimento sobre as condições de acesso à internet da população adolescente e jovem.

O cenário apresentado na Pesquisa TIC Kids Online Brasil de 2024 e no Digital News Report 2024 traz algumas balizas para pensarmos essa aproximação do jornalismo com as audiências mais jovens. Dentre essas balizas, observa-se que a aproximação do jornalismo de audiências mais jovens perpassa pelo uso de plataformas como TikTok, Instagram, YouTube, Whatsapp, dentre outros aplicativos. Também observa-se a necessidade de pensar uma interação mais efetiva com essa audiência.

No VeriFato, essa interação ocorre de forma mais fecunda no decorrer das oficinas realizadas nas instituições de ensino. Essa aproximação com o público jovem é importante para que o jornalismo cumpra sua função de informar os cidadãos e de subsidiar as decisões da população, o que inclui o letramento digital, o letramento midiático e o combate à desinformação. Ao investir no hábito de se informar através de conteúdos jornalísticos desde cedo, estamos investindo na consolidação do



jornalismo como uma referência para a cidadania e para a democracia. Com isso, pode-se abrir espaço para construirmos outras vias de comunicação com uma audiência que não é homogênea e para consolidarmos redes de interlocução com esse público.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Geraldine Leal Martins et al. **A EDUCAÇÃO MUDIÁTICA E O COMBATE AS FAKE NEWS**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, [S. l.], v. 8, n. 5, p. 1470–1480, 2022. Disponível em:

<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/5564>. Acesso em: 25/3/2024.

ALVES, Daniela.; LEITE, Sílvia Meirelles. **Jornalismo no TikTok e audiência jovem**. IX CEG – Congresso de Ensino de Graduação. Pelotas: SIEPE/UFPEL. 2023. Disponível em: https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2023/G2_03818.pdf. Acesso em: 25/3/2024.

BRASIL. Ministério da Educação – MEC. Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. **Dispõe sobre as Diretrizes para as Políticas de Extensão da Educação Superior Brasileira**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, p. 49-50, 2018. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 17/04/2025.

CHAVES, M.; MELO, L. **Educação midiática para notícias: histórico e mapeamento de iniciativas para combater a desinformação por meio da educação**. Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 3, p. 62-82, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38091>. Acesso em: 25/3/2024.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2023**. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2024. Disponível em: https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20241104103339/tic_kids_online_2023_livro_eletronico.pdf. Acesso 20/11/2024.

OFCOM. **Instagram, TikTok and YouTube teenagers' top three news sources**. Reino Unido, 21 jul. 2022. Disponível em: https://www.ofcom.org.uk/newscentre/2022/instagram,-tiktok-and-youtube-teenagers-top-three-newssources?utm_source=substack&utm_medium=email. Acesso em: 22 jul. 2022.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2024**. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf Acesso: 27/06/2024.

ROLIM, M. R. ; ALVES, D. S. ; Leite, Sílvia Meirelles . **EDUCAÇÃO MUDIÁTICA E AUDIÊNCIA JOVEM: TRABALHANDO A LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA COM ADOLES-**



CENTES. In: SEURS 42 - a extensão que queremos, 2024, Porto Alegre. Anais da 42^a edição do Seminário de Extensão Universitária da Região Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2024. v. único. p. 1121-1125.

SÁBADA, Cháro; SALAVERRÍA, Ramon. Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. **Revista Latina de Comunicación Social**, 81, 17-33. 2023. Disponível em: <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1471>. Acesso: 27/06/2024.

SALGUEIRO, Igor T., CAMPOS, Marisa, LEITE, Sílvia Meirelles. **VeriFato nas escolas: Educação Midiática e Combate à Desinformação na Educação Básica**. X CEC – Anais do X Congresso de Extensão e Cultura da UFPel. Temática Educação. Pelotas: Ed. da UFPel, 2021. p.197-201. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/congressoextensao/files/2022/01/Tema-4-Educacao-2021.pdf>. Acesso em: 25/3/2024.

SANTOS, David Candido dos; BRONOSKY, Marcelo Engel; ANJOS, Manoel Moabis Pereira dos. **COMBATE À DESINFORMAÇÃO: O USO DE MATERIAL DIDÁTICO COMO ESTRATÉGIA DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA**. In: ANAIS DO 23^o ENCONTRO NACIONAL DE ENSINO DE JORNALISMO, 2024, Goiânia. Anais eletrônicos...Galoá, 2024. Disponível em: <<https://proceedings.science/enejor-2024/trabalhos/combate-a-desinformacao-o-uso-de-material-didatico-como-estrategia-de-educacao-m?lang=pt-br>>. Acesso em: 16 Mar. 2025.

SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática: 1^a Versão**. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2023_secom-spDIGI_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Outubro, 2023. Acesso: 27/06/2024.

SOARES, Ismar. **Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação**. Comunicação & Educação, Ano XIX, número 2, jul/dez 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037/87468>. Acesso 25/03/2024.

SOUZA, Bruna Meotti; LEITE, Sílvia Meirelles. **VERIFATO: alfabetização midiática e simplificação da informação**. IX CEC – Anais do IX Congresso de Extensão e Cultura da UFPel. Temática Comunicação. Pelotas: Ed. da UFPel, 2022. p.136-139. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/congressoextensao/files/2022/12/2022COMUNICACAO.pdf>. Acesso em: 25/3/2024.

TEIXEIRA, Andrine; LEITE, Sílvia Meirelles. **Jornalismo no TikTok e audiência jovem**. X CEG – Congresso de Ensino de Graduação. Pelotas: SIIEPE/UFPEL. 2024. Disponível em: https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2024/G2_02429.pdf. Acesso em: 25/2/2025.