

Estoril Forum 2026

Algoritmos, Media Sociais e Decisões Políticas dos Jovens

Carla Ganito

Professora Associada de Media Digitais

Universidade Católica Portuguesa

carla.ganito@ucp.pt

Índice da apresentação

1. Como os jovens consomem notícias em 2025
2. Como os algoritmos funcionam — e o que moldam
3. News influencers: os novos mediadores políticos
4. Casos da realidade portuguesa e internacional
5. Riscos democráticos e desinformação
6. Literacia mediática e cidadania digital
7. Referências e leituras recomendadas

Este documento foi preparado como material de apoio à apresentação. Inclui os principais dados, casos de estudo e referências bibliográficas.

Como os jovens consomem notícias em 2025

O *Digital News Report 2025* do Reuters Institute, com dados de 48 países, confirma uma rutura geracional no consumo de notícias. Os jovens abandonaram progressivamente os media tradicionais em favor das plataformas de vídeo e redes sociais.

44%	54%	48%
dos 18–24 anos usam redes sociais como fonte principal de notícias	dos 18–24 anos nos EUA preferem redes sociais (+13pp face ao ano anterior)	dos 55+ anos ainda preferem televisão como fonte principal

Em Portugal, o projeto bYou concluiu que jovens dos 11 aos 19 anos passam **quatro horas por dia no telemóvel** mas apenas **30 minutos a consumir notícias** — ficando dependentes "daquilo que lhes é editado pelo algoritmo", "cingidos às suas bolhas informativas".

■ No TikTok, criadores e influenciadores recebem **49% da atenção** dos utilizadores vs. 36% dos media tradicionais. É a plataforma onde o jornalismo convencional menos se faz sentir. Em Portugal há já **4,2 milhões de utilizadores ativos mensais** no TikTok.

Como os algoritmos funcionam — e o que moldam

As plataformas de vídeo como o YouTube e o TikTok não funcionam com base nas escolhas explícitas dos utilizadores, mas através de um *interest graph*: o algoritmo aprende comportamentos (o que se pausa, revê, comenta) e serve conteúdo de criadores que nunca se escolheu seguir.

- Loop de engajamento: emoção → clique → mais do mesmo
- Câmaras de eco: o algoritmo confirma crenças pré-existentes
- Polarização: o conteúdo radical e emotivo tem mais alcance orgânico

■■ O algoritmo não é neutro: **otimiza para atenção**, não para verdade, equilíbrio ou bem público.

O caso do X (antigo Twitter) ilustra este problema: após a aquisição por Elon Musk, a audiência de direita nos EUA passou de 10% para 27% (+2,7×). Estudos académicos demonstraram que o algoritmo do X amplifica sistematicamente perspetivas conservadoras. Joe Rogan é visto a comentar notícias por 29% dos homens menores de 35 anos nos EUA.

News influencers: os novos mediadores políticos

O Pew Research Center (2024) e o Newman et al. (2024) documentaram o crescimento dos *news influencers* — criadores que fazem do comentário político o centro da sua atividade, sem afiliação a meios de comunicação tradicionais.

21%	37%	77%	63%
adultos EUA consomem notícias via influencers	dos 18–29 anos (quase 4 em 10 jovens)	sem afiliação com media tradicionais	são homens (fosso de género)

- 55% dos posts analisados incidem sobre política e eleições
- 27% identificam-se com a direita vs. 21% com a esquerda
- O espectro conservador domina o ecossistema de news influencers

Um estudo português (NOVA FCSH / QUT, 2026) com adolescentes de 13–18 anos identificou o perfil ideal: **honesto** (85%), **direto** (80%), **inspirador** (80%), **amigo** (75%), com linguagem simples e propósito educativo. Os jovens não rejeitam a informação — rejeitam o formato rígido e distante.

Casos da realidade portuguesa e internacional

<p>■ ■ Portugal — Legislativas 2025</p>	<p>Joana Mortágua (BE) falou de habitação a cozinhar granola no TikTok (44 mil visualizações). Rita Matias (Chega) dançou em campanha (240 mil visualizações). André Ventura cresceu 409% no TikTok entre 2023 e 2024. Segundo o EDMO, o TikTok foi a rede mais eficaz em interações/publicação e o tema imigração acumulou ~21 milhões de visualizações.</p>
<p>■ ■ França — Hugo Décrypte</p>	<p>O criador Hugo Décrypte é visto a comentar notícias por 22% dos menores de 35 anos em França — mais do que a maioria dos media tradicionais franceses.</p>
<p>■ ■ Roménia — C■lin Georgescu</p>	<p>Candidato presidencial que construiu a campanha via TikTok e podcasts de extrema-direita. Apesar de banido nas eleições de maio, permanece o mais mencionado como fonte de notícias nas redes sociais romenas.</p>
<p>■ ■ Hungria — Péter Magyar</p>	<p>Entrevista de 2,7 milhões de visualizações no YouTube Partizán (num país de 10M pessoas) transformou Magyar no principal opositor de Orbán, contornando os media pró-governamentais.</p>
<p>■ ■ Quénia — #Reje ctFinanceBill2024</p>	<p>Protestos da Geração Z organizados via TikTok e WhatsApp, sem líderes formais, com transmissão em direto de cargas policiais. Exemplo de mobilização democrática via redes sociais.</p>

Desinformação à escala	Vídeo no Instagram sobre tributação no Brasil: +300M de visualizações com informação falsa. Retirou regulação governamental legítima do debate público.
Extremismo amplificado	Na Grécia, YouTubers de extrema-direita com ligações ao extinto Golden Dawn têm mais audiência do que as principais marcas jornalísticas do país.
Campanhas de influência pagas	Fidesz (Hungria): 1M€ em 5 meses no Facebook a desacreditar a oposição. Tornou-se o maior anunciante político da UE no Google.
Fosso de género	63% dos news influencers são homens. Os conteúdos mais virais entre jovens homens são predominantemente conservadores — Joe Rogan: 28% dos sub-35 masculinos nos EUA.
Fragmentação da esfera pública	Cada jovem vive numa bolha informativa diferente. O debate democrático exige um mínimo de terreno comum — e esse terreno está a erodir-se.

A resposta ao ecossistema algorítmico não é proibir plataformas. É equipar os jovens com ferramentas críticas e reinventar o jornalismo para os alcançar onde estão.

■ Consciência algorítmica	Perceber que o feed é uma curadoria interessada. Perguntar: "Porque estou a ver isto agora?"
■ Verificação cruzada	O news influencer pode ser o ponto de entrada — não o único destino. Comparar fontes de perspetivas diferentes.
■ Informar vs. persuadir	77% dos news influencers não têm afiliação jornalística. Identificar o propósito e os incentivos do criador.
■ Participação cívica	As redes sociais também podem ser instrumentos de mobilização democrática legítima — como mostrou a Geração Z no Quénia.
■ Literacia nas escolas	A Assembleia da República aprovou em 2026 legislação para proteger jovens online. A literacia mediática nas escolas é ainda insuficiente e urgente.

■ Ideia central: o feed é político. O que os jovens veem, quando veem, e porque veem, não é neutro — é o resultado de decisões algorítmicas desenhadas para maximizar tempo de ecrã, não qualidade democrática. A literacia mediática é uma competência de cidadania tão fundamental como saber ler.

Reuters Institute for the Study of Journalism	Digital News Report 2025. Oxford University. [Dados de 48 países sobre consumo de notícias por faixa etária e plataforma]
Pew Research Center	News Influencers on Social Media (2024). [Estudo sobre criadores de conteúdo noticioso nos EUA]
Newman, N. et al.	Mapping News Creators and Influencers (2024). Reuters Institute. [Mapeamento global de criadores de notícias]
Moreira, Hendrickx & Schapals	Conceptualising the Newsfluencer: Intersecting Trajectories in Online Content Creation and Platformised Journalism (2026).
Hurcombe, E.	Influencing the news: how social media influencers affect news media trust (2024).
Graham & Andrejevic	Estudo sobre amplificação algorítmica de perspetivas no X/Twitter (2024).
EDMO	Portuguese General Elections 2025: Information and Disinformation on Social Media (2025).
Projeto bYou / DECO Proteste	Crianças, Jovens e Media: Vidas (Des)Ligadas? (2025). [Estudo com jovens portugueses 11–19 anos]
Rua Direita	Estudo sobre crescimento de André Ventura no TikTok: +409% entre 2023 e 2024 (2024).
RTP / Lusa	"Políticos portugueses renderam-se às redes sociais ao estilo influencer." Maio 2025.
TikTok / Meios & Publicidade	TikTok atinge 4,2 milhões de utilizadores em Portugal (Outubro 2025).
