RBMT
www.rbmt.com.br
Notícias sem moagem

Sábado, 16 de Agosto de 2025

Vídeos curtos passam a ser a principal fonte de informação dos jovens, alerta relatório

Destaca-se o caso do Peru, onde 30% dos entrevistados afirmaram que o TikTok é a sua principal fonte de informação, contra 2% na Dinamarca

Vídeos curtos veiculados nas redes sociais são a principal fonte de informação dos jovens, à frente da mídia tradicional, segundo um relatório anual do Instituto Reuters.

“Os vídeos estão se tornando uma importante fonte de informação online, especialmente entre os mais jovens”, destaca o relatório do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo, vinculado à Universidade de Oxford.

“Em certas áreas da Ásia, América Latina e África, as redes sociais são, de longe, a porta de entrada mais importante” para as notícias, destaca o texto.

O relatório é baseado em pesquisas online realizadas pela empresa YouGov entre 95 mil pessoas em 47 países.

Destaca-se o caso do Peru, onde 30% dos entrevistados afirmaram que o TikTok é a sua principal fonte de informação, contra 2% na Dinamarca.

Seguindo a tendência dos últimos anos, o estudo mostra que dois terços dos entrevistados em todo o mundo assistem a pelo menos um vídeo curto (alguns minutos) sobre um tema informativo toda semana.

O grande problema para a mídia tradicional é que quase 72% deste consumo de vídeo ocorre em plataformas e redes sociais, em comparação com apenas 22% nos seus sites originais, o que levanta questões sobre a sua capacidade de gerar lucro.

Assim como no ano passado, observa-se uma dicotomia entre as redes.

No Facebook e no X (antigo Twitter), cujas audiências envelheceram, a mídia tradicional continua dominante, embora estas redes tendam a dar cada vez menos espaço à informação.

Mas no TikTok, Instagram, Snapchat e YouTube, de público mais jovem, a busca por informação é feita mais por meio de criadores de conteúdo e influenciadores do que por veículos tradicionais e jornalistas.

“Os consumidores adotam o vídeo porque é de fácil acesso e oferece uma grande variedade de conteúdos. Mas muitos veículos de comunicação tradicionais permanecem ancorados em uma cultura de texto e têm dificuldade em se adaptar”, afirma Nic Newman, principal autor do texto.

O relatório destaca especialmente o caso do francês Hugo Décrypte (pseudônimo de Hugo Travers, 27 anos), que emprega 25 pessoas. “Com 2,6 milhões de assinantes no seu canal no YouTube e 5,7 milhões no TikTok,

tornou-se uma importante fonte de informação para os jovens franceses”, observa o informe.

fonte leia já