28º seminário de INVERNO
2 a 6 de junho • 2025
Quatro décadas de formação superior em Jornalismo nos Campos Gerais

Desinformação em pauta: análise quantitativa dos programas audiovisuais Combate à Desinformação e Saúde e Cidadania

Júlia de Oliveira Andrade[1]
Daphinne Urtado Pimenta de Melo[2]
Marcelo Engel Bronosky[3]
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo: Este trabalho tem como objetivo apresentar uma breve análise quantitativa dos programas audiovisuais *Combate à Desinformação* e *Saúde e Cidadania*, ambos ações do projeto de extensão *Combate à Desinformação nos Campos Gerais*[4]. A pesquisa abrange as produções no período de 2022 a 2025 e considera, como critérios de análise, o tempo de programa, o número de visualizações e o período de publicação na plataforma YouTube. Os resultados apontam que o programa *Combate à Desinformação* teve mais edições e visualizações totais, mas média de episódios ligeiramente menor ao Saúde e Cidadania. Isso se deve à diversidade temática, que gera variação no engajamento. Já temas locais específicos tendem a manter uma audiência mais estável.

Palavras-chave: Combate à Desinformação; Saúde e Cidadania; Audiovisual; Engajamento; Debate crítico.

Introdução

A disseminação de desinformação tem alcançado altos números no Brasil. Em um contexto regional e local, isso se torna ainda mais evidente e mais intenso. Com isso, projetos e programas em plataformas digitais se mostram espaços de interesse para poder entregar informação qualificada e debates sociais relevantes. O projeto de extensão *Combate à Desinformação nos Campos Gerais*, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), surgiu em resposta a uma demanda do Supremo Tribunal Federal

[1] Graduanda em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, e-mail: julia.andrade.jor@gmail.com
[2] Graduanda em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, e-mail: dpimentacv@gmail.com
[3] Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos; professor no curso de Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, e-mail: mebrono@uepg.br
[4] O projeto é denominado "Propostas didáticas para combater a desinformação em escolas públicas de Teixeira Soares-PR" (2025-2026) com fomento da Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná (SETI-PR) através do programa Universidade Sem Fronteiras (USF)

(STF) com o objetivo de promover o combate à desinformação, particularmente em contextos eleitorais (Gadini, Pizani, 2024). Com caráter multidisciplinar, o projeto envolve professores, alunos e egressos dos cursos de Direito, Educação, Jornalismo e História (Gadini, Pizani, 2024, p. 187).

Programas audiovisuais como o *Combate à Desinformação* e o *Saúde e Cidadania* buscam fomentar o pensamento crítico, abordando assuntos silenciados pela mídia tradicional, além de "combater fake news de temas que devido a repercussão acabam se tornando alvo para disseminação de desinformações" (Zvir et al, 2014, p.41). Com isso, faz-se necessário avaliar não só o processo produtivo desses programas, mas também o alcance das produções, já que os índices de engajamento refletem, em parte, o impacto social das pautas debatidas no meio audiovisual.

Este artigo tem como objetivo apresentar dados de acesso aos conteúdos veiculados dos programas *Combate à Desinformação* e *Saúde e Cidadania*, exibidos entre os anos de 2022 e 2025, a fim de avaliar os impactos dos temas das produções.

A edição piloto do programa *Combate à Desinformação* foi publicada no canal do YouTube do projeto de extensão, no dia 22 de novembro de 2022 (Zvir et al, 2014). A proposta é produzir conteúdos audiovisuais de interesse da população de Ponta Grossa-PR e região dos Campos Gerais, com abordagem interdisciplinar e compromisso com a qualidade e a veracidade das informações. O programa atua como ferramenta de combate à desinformação e de defesa da democracia (Gadini, Pizani, 2024). O programa piloto abordou as manifestações e pedidos de intervenção militar após a vitória do atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em 2022, destacando os impactos das *fake news* naquele contexto.

Com periodicidade do *Combate* semanal, as pautas partem de bolsistas e professores, priorizando assuntos em evidência no campo da desinformação. Após pesquisa sobre o tema e definição de fontes, é elaborado um pré roteiro com introdução do tema e do entrevistado. A produção envolve agendamento do estúdio de

telejornalismo do curso de Jornalismo da UEPG e verificação de equipamentos. A gravação é feita pela plataforma OBS Studio, onde pode-se gerenciar os cortes de câmera, introdução de vinhetas e créditos. Com a gravação, a equipe produz um vídeo curto com o entrevistado para divulgar o programa. A edição final também fica a cargo de um dos bolsistas do projeto, sob supervisão de um docente, e assim é postado no canal do YouTube o programa completo.

O programa *Saúde e Cidadania* teve sua primeira edição em dezembro de 2023, a partir de uma demanda do Conselho Municipal de Saúde de Ponta Grossa (Zvir et al, 2014). Seu objetivo é divulgar informações confiáveis sobre o setor, em um contexto de disputas políticas e precarização dos atendimentos. Embora tenha sido idealizado para periodicidade mensal ou quinzenal, busca-se atualmente manter uma frequência semanal, acompanhando a dinâmica da equipe e o aumento das demandas relacionadas à desinformação.

As pautas trabalhadas nos programas partem de demandas apresentadas nas reuniões do Conselho Municipal de Saúde e das fiscalizações feitas em Unidades Básicas de Saúde (UBSs) e nas Unidades de Pronto Atendimento (UPAs), ou de sugestões da equipe como forma de estimular o debate social. A produção segue etapas semelhantes às do *Combate*, com pessoas ligadas ao conselho e ao setor da saúde na cidade. No início, houve resistência por parte de fontes, pois o cenário local era conturbado, marcado por polêmicas envolvendo a construção de novas UPAs, denúncias de corrupção, falta de transparência e deficiências no atendimento público. A pressão no setor afetava o diálogo, embora hoje o ambiente esteja relativamente mais estável.

Até o momento, foram produzidas seis edições do programa *Saúde e Cidadania*: uma em 2023, quatro em 2024 e uma em 2025. A análise quantitativa realizada a partir dos dados dos dois programas, busca evidenciar o alcance dos conteúdos, especialmente em relação ao combate à desinformação, contribuindo para discussões futuras sobre estratégias de comunicação pública.

Referencial teórico

A audiência é importante no reconhecimento dos conteúdos produzidos. Para Vieira e Christofoletti (2019), a "valorização quantitativa da audiência é antiga" (p. 133). Desde o século XIX, com o jornal impresso, até os dias atuais com o jornalismo online, saber qual é a audiência e o perfil dela, é central (Vieira; Christofoletti, 2019). Pinheiro e Postinguel (2018) descrevem que as mídias sociais aumentaram a quantidade de pessoas inseridas nas redes sociais e que consomem o conteúdo. Os autores destacam que para iniciar qualquer tipo de análise ou mensuração de audiência, nas plataformas digitais, é necessário levar em conta as "características de interatividade de cada mídia social e suas métricas específicas" (Pinheiro; Postinguel, 2018, p. 375).

Dessa forma, a mensuração de públicos-consumidores se torna importante para que possa-se entender a dinâmica do alcance das produções, além de ajustar o processo de produção aos objetivos do projeto. Pinheiro e Postinguel (2018) destacam que a audiência que "surge de um conteúdo é uma resposta à mensagem recebida, mas também produto do contexto sóciomidiático em questão" (p. 377).

De acordo com Becker e Waltz (2023), "a formação de uma audiência crítica e criativa é essencial para fortalecer a democracia e a cidadania" (BECKER; WALTZ, 2023, p. 4). Os objetivos do projetos Combate à Desinformação dialoga com a afirmação das autoras, pois fomenta a alfabetização midiática por meio de práticas pedagógicas que vão além do consumo passivo da informação e incentivam o debate público.

Metodologia

Para realizar o estudo foram coletados e sistematizados dados parciais como o número da edição, título do vídeo, data de publicação, duração do programa (tempo de vídeo, número de visualizações, tema (palavras-chave) e nome do convidado, de todas

as edições publicadas no canal do YouTube do projeto Combate à Desinformação nos Campos Gerais. Os dados foram organizados em duas tabelas, uma para cada programa analisado, e a análise inicial concentrou-se em três aspectos principais: duração média dos episódios, número de visualizações por edição e distribuição temporal das publicações.

Para verificar a média de tempo dos programas, somamos o tempo total de todos os programas e dividimos pelo número de edições, obtendo assim a duração média por programa. Este processo foi aplicado separadamente nas produções de ambos os programas, a fim de identificar e comparar a duração média dos episódios dos programas analisados.

Para determinar a média de visualizações, somamos o total de todas as edições e dividimos pelo número de programas. Com isso, criamos uma lista das edições mais assistidas, podendo identificar quais temas geram maior engajamento do público. Quanto à periodicidade de publicação, analisamos as datas de veiculação para identificar períodos com maior concentração de edições e possíveis correlações com o desempenho das edições.

Resultados

Para apresentar os resultados obtidos, os dois programas foram analisados separadamente, o que permitiu uma visualização mais clara e detalhada de cada conjunto de dados.

Ao converter os tempos dos episódios para minutos, verificou-se que o programa *Combate à Desinformação* totalizou aproximadamente 8 h e 09 min, com uma média de aproximadamente 14 minutos por episódio. Já o programa *Saúde e Cidadania*, com um número menor de edições analisadas, um total de seis, apresentou um tempo acumulado de aproximadamente 1 h e 15 min, resultando em uma média de aproximadamente 12 minutos por episódio. Esses dados evidenciam que o *Combate à*

Desinformação tende a ter episódios mais extensos, enquanto o *Saúde e Cidadania* se caracteriza por conteúdos mais curtos.

Em relação às visualizações, o programa *Combate à Desinformação* teve 2.323 acessos no total, com média de 70,39 visualizações por episódios, destacando-se a 30ª edição sobre a ditadura militar no Paraná. Já o *Saúde e Cidadania*, com menos episódios, obteve 530 visualizações e média superior, de 88,3 visualizações por edição, sendo o segundo episódio, sobre as UBSs de Ponta Grossa, o mais assistido. Observa-se que, mesmo com média maior, o *Saúde e Cidadania* apresenta menor variação de alcance em comparação ao *Combate,* cujas edições oscilaram entre 19 à 371 visualizações.

A distribuição temporal das publicações também revela padrões interessantes. O ano com maior número de edições do Combate à Desinformação foi 2024, com destaque para os meses de março, abril e maio, que concentram três episódios cada. O mês de novembro de 2023 e abril de 2025 também se destacam, com três publicações cada. No caso do Saúde e Cidadania, as edições se concentraram majoritariamente em 2024, embora não tenha um mês específico com maior número de publicações.

A duração dos episódios não é, necessariamente, sinônimo de que terá mais visualizações. A título de exemplo, a 14ª edição do *Combate à Desinformação*, com 25 minutos e 35 segundos, teve apenas 44 acessos. Já a 30ª edição, teve 15 minutos, alcançou 371. Entretanto, é preciso destacar que os temas de cada produto audiovisual podem influenciar no resultado do engajamento. Temas locais como a situação das UBSs, obtiveram melhor desempenho na plataforma.

A sazonalidade dos temas também influencia o alcance. Vídeos publicados em períodos com assuntos em evidência tendem a ter maior repercussão. Um exemplo disso é o PL 2630/2020, que ficou em destaque no país entre os meses de abril e junho de 2023 no país. A terceira edição do *Combate à Desinformação*, sobre o tema, teve cerca

de 125 visualizações, evidenciando a importância do momento da publicação como estratégia de produção.

Conclusão

A análise quantitativa dos programas Combate à Desinformação e Saúde e Cidadania apresenta o papel estratégico que o meio audiovisual desempenha no debate crítico e no enfrentamento à desinformação no contexto regional, neste caso, nos Campos Gerais. Com base nas métricas analisadas como os números de visualizações, o tempo médio das produções e a frequência das publicações no YouTube, foi possível entender o engajamento e os padrões de interesse do público, em especial sobre temas locais e relevantes politicamente.

Os dados revelam que, embora o *Combate à Desinformação* tenha mais edições e visualizações totais, o *Saúde e Cidadania* apresenta maior média de alcance, sugerindo maior interesse nos temas de saúde pública. Fatores como relevância social e factualidade influenciam diretamente no desempenho. Assim, alinhar estratégias de produção ao contexto midiático amplia o engajamento, reforçando a importância da continuidade e aprofundamento da análise para fortalecer as ações de extensão e a promoção da cidadania.

Referências

BECKER, B.; WALTZ, I. Sete dimensões para leitura crítica e criativa das notícias em áudio e vídeo: repensando a qualidade do jornalismo audiovisual no ensino. **Comunicação & Inovação**, v. 24, p. 1-18, 2023. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/9328. Acesso em: 15 maio 2025.

GADINI, S. L; PIZANI, J. V. Combate à desinformação: um programa de entrevistas para fortalecer a democracia e discutir os impactos da desinformação. *In*: **22º Conversando sobre Extensão - CONEX,** Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2024, p. 186-191.

PINHEIRO, W. M.; POSTINGUEL, D. Mensuração de audiências e análise de engajamento: uma proposta metodológica a partir das mídias sociais. In: SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. (Org) **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais.** Brasília: IPAD, 2018. P. 374 - 390. Disponível em:

https://s3.ibpad.com.br/livros/Estudando-cultura-e-comunicacao-com-midias-sociais.pdf. Acesso em: 14 de maio de 2025.

VIEIRA, L. S.; CHRISTOFOLETTI, R. Impacto no jornalismo online: Cultura do clique, métricas e relevância social. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação** - UFJF, v. 13, n. 1 p. 132-148, jan./abr. Juiz de Fora, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21453/14823. Acesso em: 14 de maio de 2025.

ZVIR, F.; GADINI, S. L.; ANJOS, M. M. P. Análise dos programas audiovisuais no canal Combate à Desinformação produzidos em parceria com a Agência de Jornalismo UEPG. *In*: **22º Conversando sobre Extensão - CONEX,** Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2024, p. 40 - 46.