



Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet

Pesquisa DataSenado

Novembro/2019

Pesquisa sobre redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet

Pesquisa DataSenado

O Instituto de Pesquisa DataSenado realizou pesquisa de opinião, em parceria com as Ouvidorias da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, para ouvir a opinião dos brasileiros sobre redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet.

Metodologia¹

Foram entrevistados 2.400 cidadãos que têm acesso à internet, em todas as unidades da federação, por meio de ligações para telefones fixos e móveis, no período de 17 a 31 de outubro. A amostra é estratificada, totalmente probabilística, com alocação proporcional à população segundo o IBGE. A margem de erro é de dois pontos percentuais com nível de confiança de 95%. Algumas questões foram respondidas por grupos específicos da amostra. Para estas questões a margem de erro é superior a dois pontos percentuais.

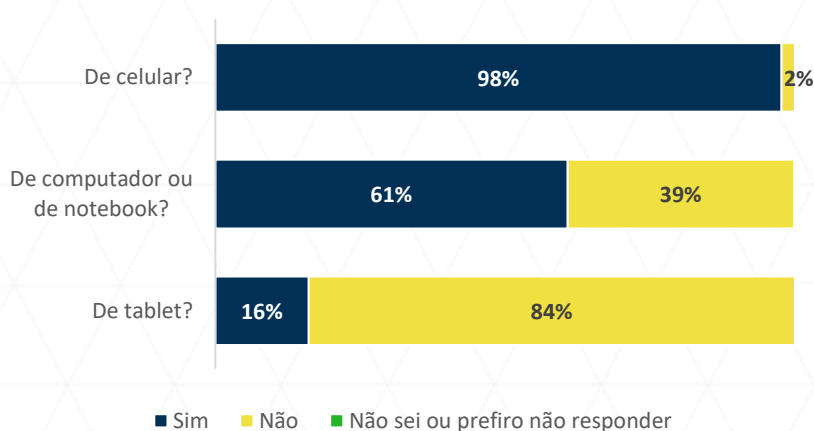
¹ Ver descrição detalhada da metodologia ao final do relatório.

1. Acesso à internet e comportamento nas redes sociais

Quase todos os brasileiros que acessam internet o fazem por meio de celular

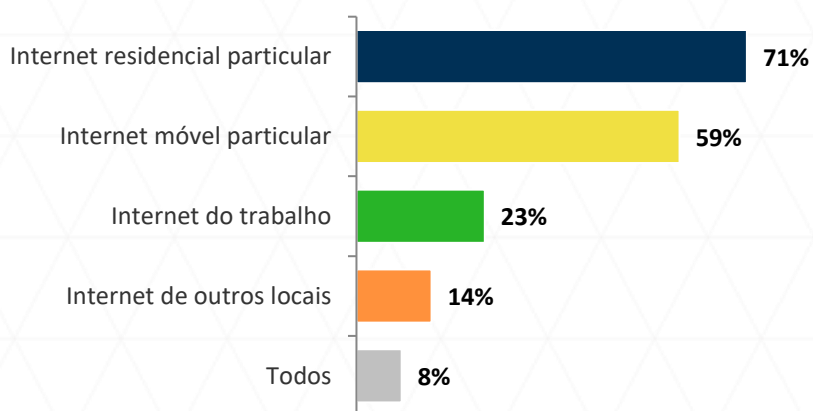
Entre os brasileiros que têm acesso à internet, 98% dizem acessar por meio de celular. Uma quantidade expressiva reporta acessar por meio de computador ou de notebook (61%).

Você acessa a internet por meio:



A maioria dos brasileiros com acesso à internet tem acesso por meio de internet residencial particular (71%) ou internet móvel particular (59%).

Para acessar a internet, você utiliza:*

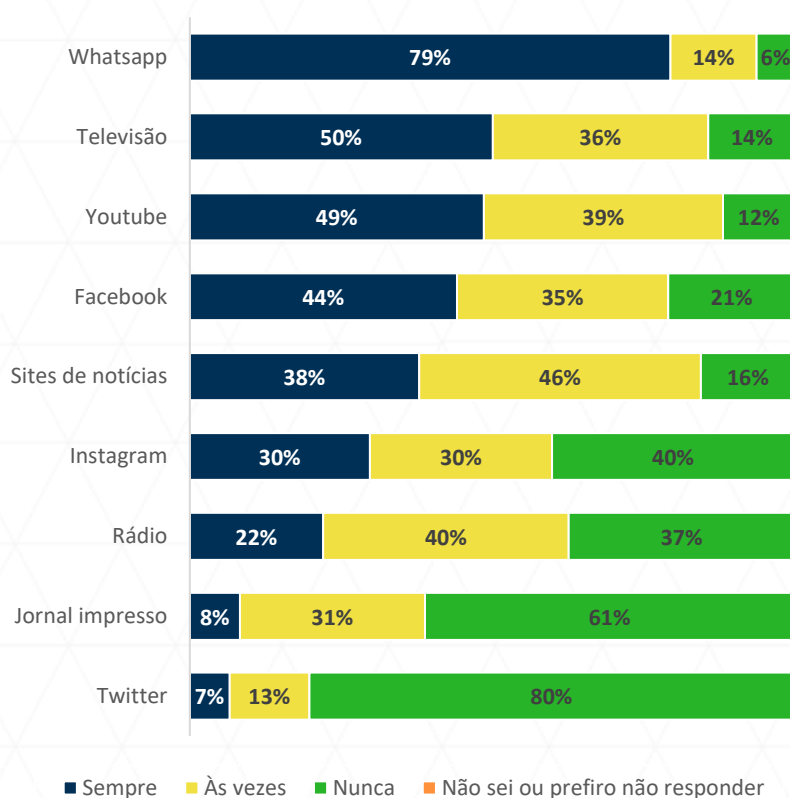


*Questão de múltipla esolha.

WhatsApp é a principal fonte de informação

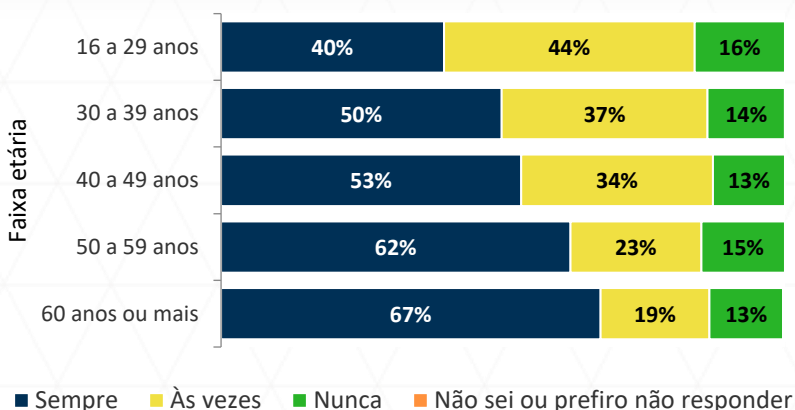
Perguntados sobre a frequência com que usam os meios de comunicação como fonte de informação, 79% dos entrevistados responderam que utilizam o Whatsapp sempre e 14% o utilizam às vezes. Outros meios indicados como os mais utilizados como fonte de informação foram televisão (50% sempre e 36% às vezes) e Youtube (49% sempre e 39% às vezes).

Com que frequência você utiliza os seguintes meios como fonte de informação?

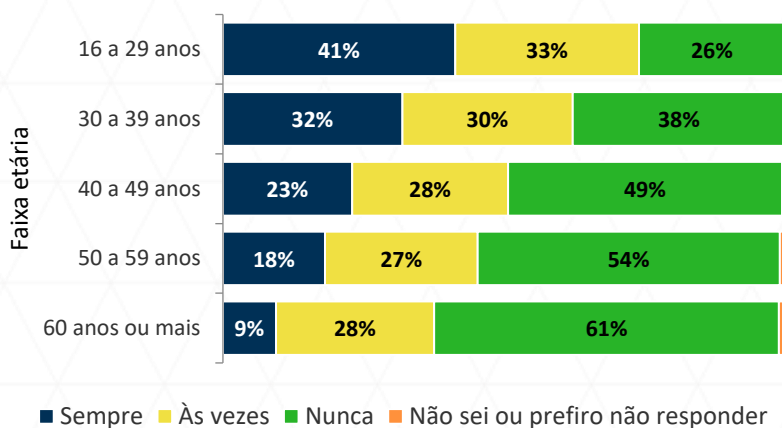


Três fontes de informação – televisão, YouTube e Instagram - apresentaram relação com a variável idade. Quanto mais alta a faixa de idade, maior o percentual de entrevistados que respondem utilizar sempre televisão como fonte de informação. Por outro lado, para o Instagram e Youtube, o padrão é inverso: quanto mais alta a faixa de idade, menor o percentual de entrevistados que respondem utilizar sempre essas redes sociais como fonte de informação.

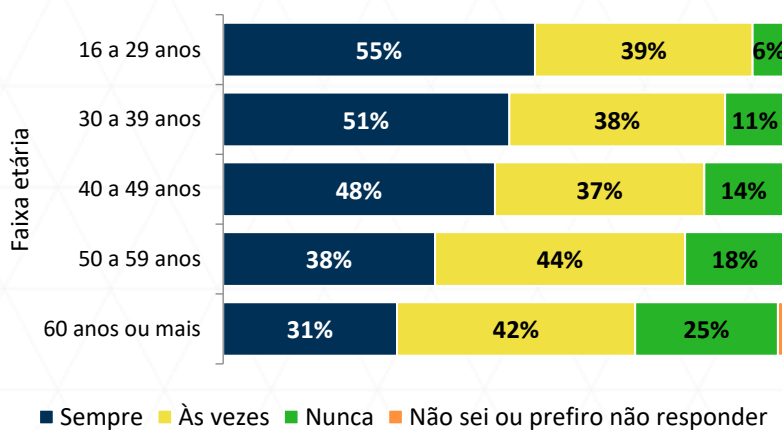
Com que frequência você utiliza a televisão como fonte de informação?



Com que frequência você utiliza o Instagram como fonte de informação?



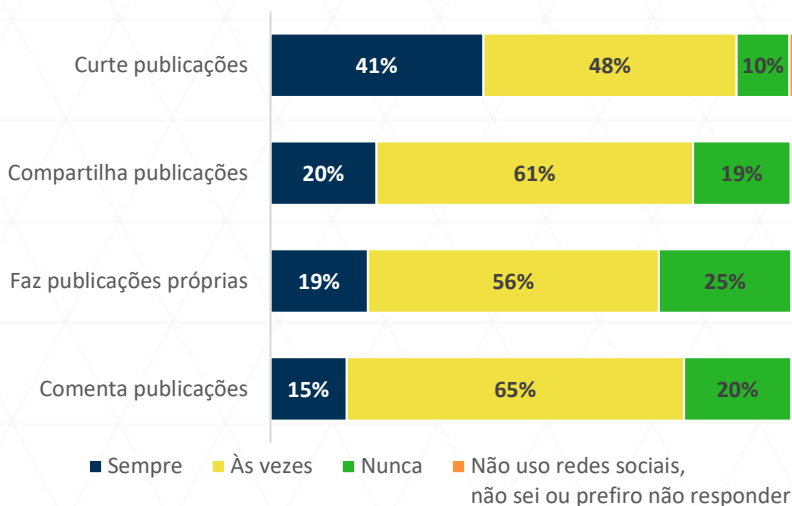
Com que frequência você utiliza o Youtube como fonte de informação?



Engajamento dos entrevistados em redes sociais

O tipo de engajamento nas redes sociais mais citado pelos entrevistados foi o de curtir publicações: 41% afirmaram que o fazem sempre e 48%, às vezes. O segundo tipo de engajamento mais frequente é o de compartilhar publicações: 20% afirmaram fazê-lo sempre e 61%, às vezes.

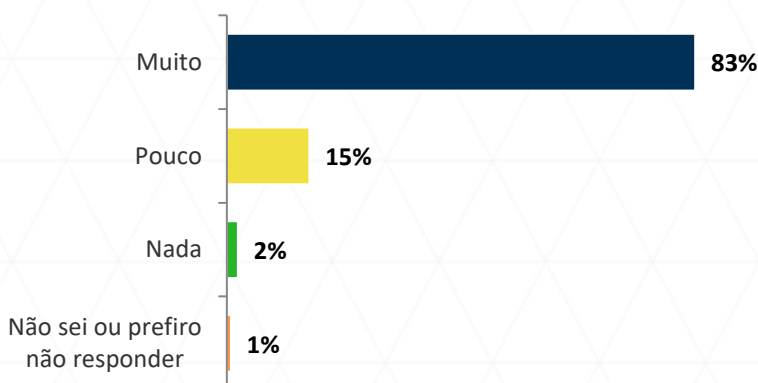
Em geral, quando você usa redes sociais, você



Redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas, segundo entrevistados

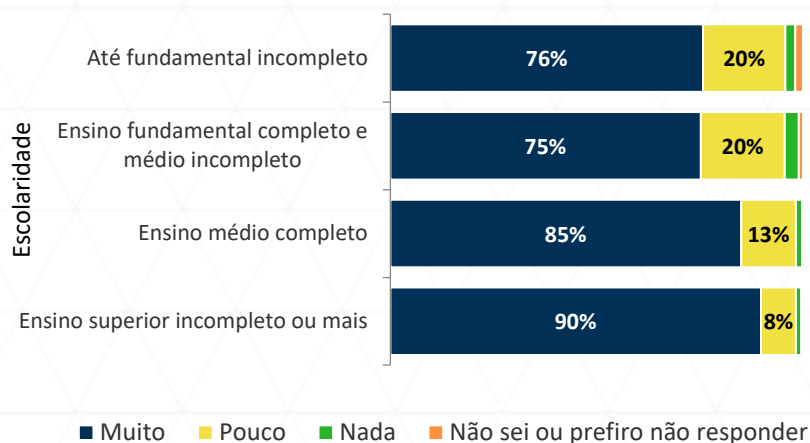
A maioria dos entrevistados (83%) acredita que o conteúdo das redes sociais influencia muito a opinião das pessoas.

Em geral, o quanto você acha que o conteúdo nas redes sociais influencia a opinião das pessoas?



Entre os entrevistados de escolaridade mais alta, é maior o percentual dos que respondem que as redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas.

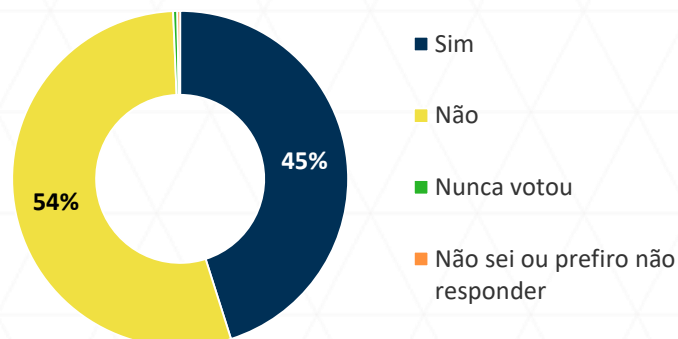
Em geral, o quanto você acha que o conteúdo nas redes sociais influencia a opinião das pessoas?



Mais de 40% já decidiram voto com base em informações obtidas em rede social

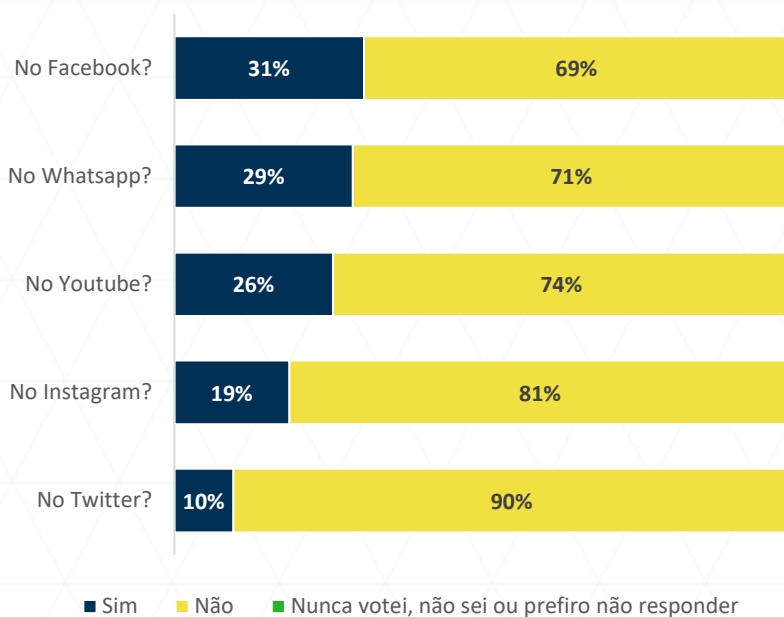
Entre os participantes da pesquisa, 45% afirmaram ter decidido voto em período de eleições levando em consideração informações vistas em alguma rede social. Analisando separadamente as redes sociais, as mais citadas foram o Facebook (31%) e o Whatsapp (29%).

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social*?



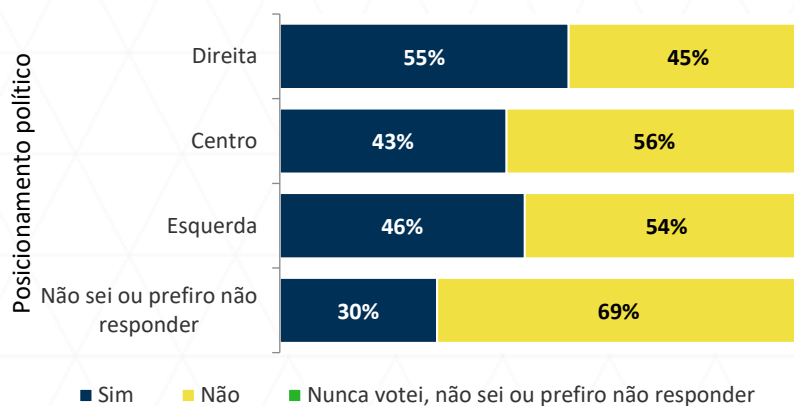
*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ou Youtube

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas:



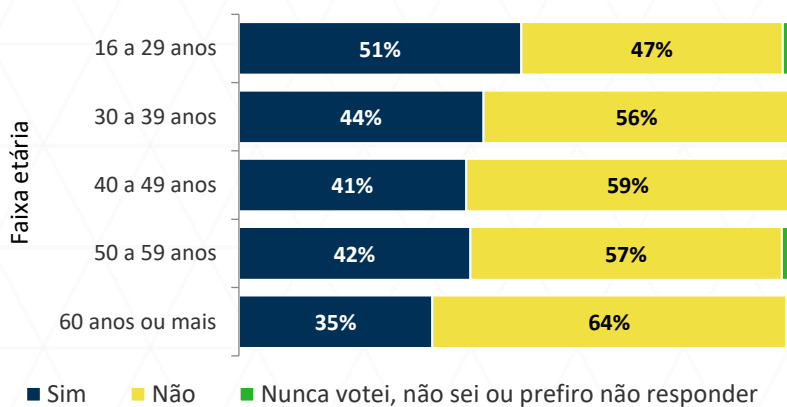
O percentual de entrevistados que responderam que decidiram algum voto com base em informações vistas em alguma rede social é maior entre pessoas que se consideram de direita, entre os mais jovens, entre pessoas com escolaridade mais alta e entre pessoas com renda familiar mais alta.

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social*?



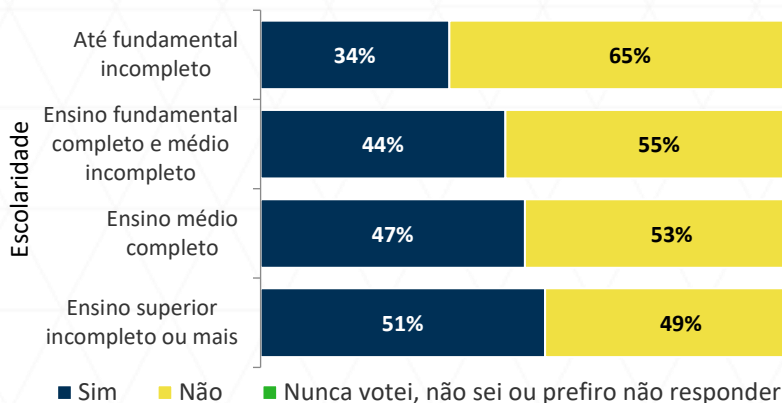
*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ou Youtube

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social*?



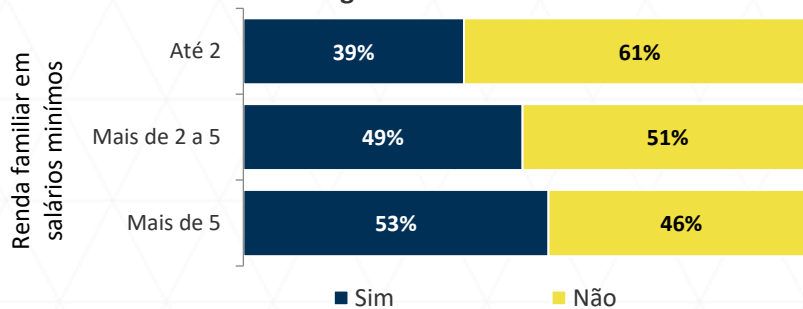
*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ou Youtube

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social*?



*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ou Youtube

Ao decidir seu voto durante um período de eleições, você já levou em consideração informações vistas em alguma rede social*?

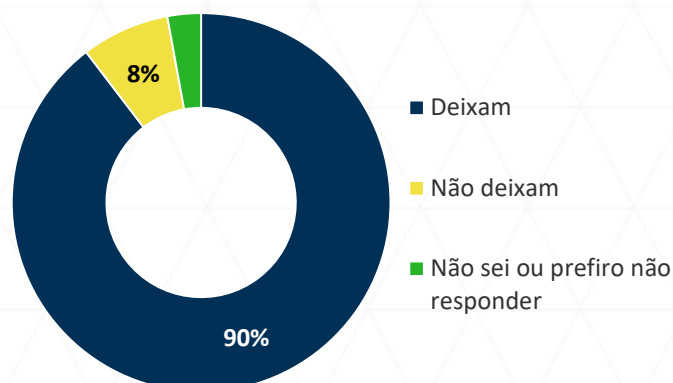


*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp ou Youtube

Maioria acredita que redes sociais deixam pessoas à vontade para expressar preconceito

A maior parte dos brasileiros com acesso à internet (90%) acha que as redes sociais deixam as pessoas mais à vontade para expressar opiniões preconceituosas.

Na sua opinião, as redes sociais deixam ou não deixam as pessoas mais à vontade para expressar opiniões preconceituosas?

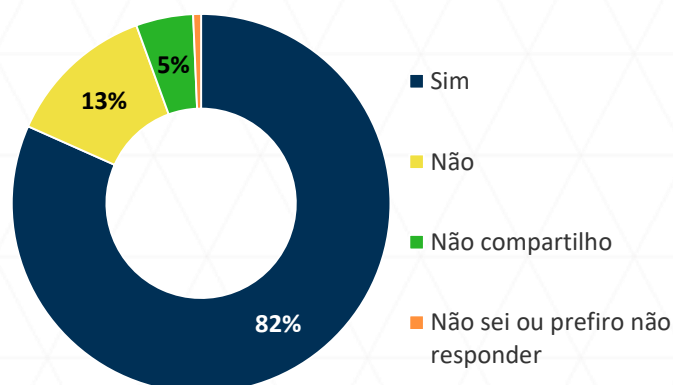


2. Notícias falsas em redes sociais

Aproximadamente oito em cada dez entrevistados já identificaram notícia falsa em rede social

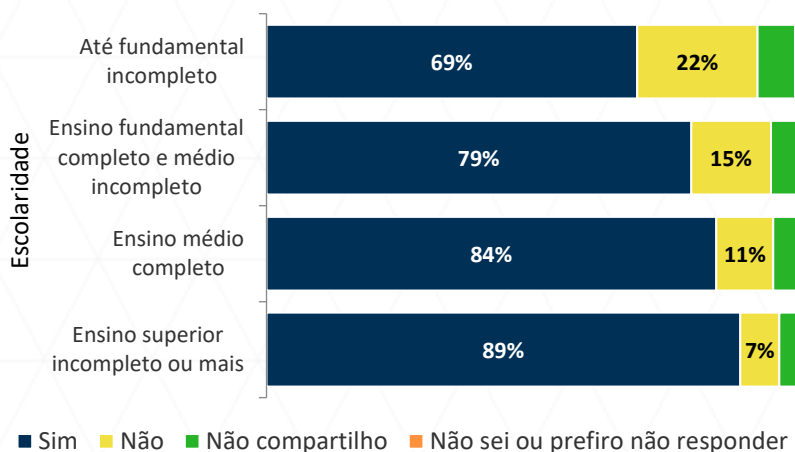
A maioria dos entrevistados (82%) afirmou verificar se uma notícia é verdadeira antes de compartilhá-la.

Em geral, antes de compartilhar uma notícia, você verifica se ela é verdadeira?



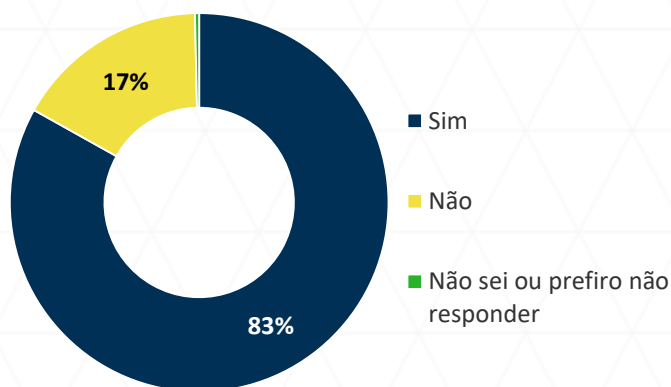
Entre os entrevistados com nível de escolaridade mais baixo, o percentual de pessoas que afirmaram verificar se uma notícia é verdadeira antes de compartilhá-la é menor.

Em geral, antes de compartilhar uma notícia, você verifica se ela é verdadeira?



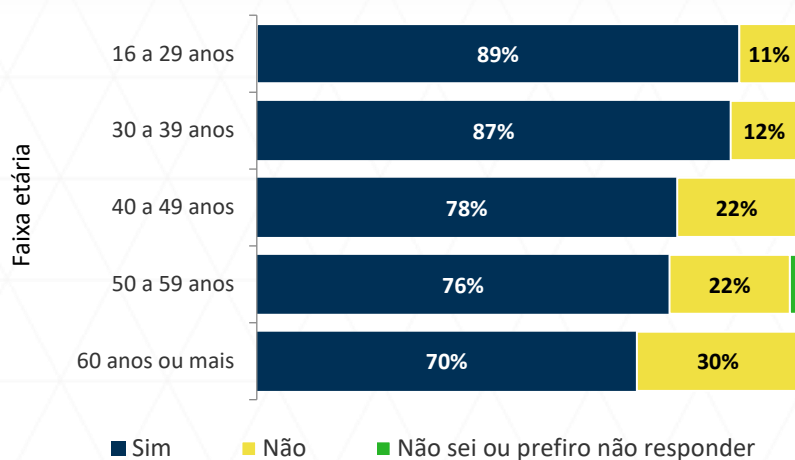
A maioria dos entrevistados (83%) afirma já ter identificado alguma notícia falsa nas redes sociais.

Você já identificou alguma notícia falsa nas redes sociais?

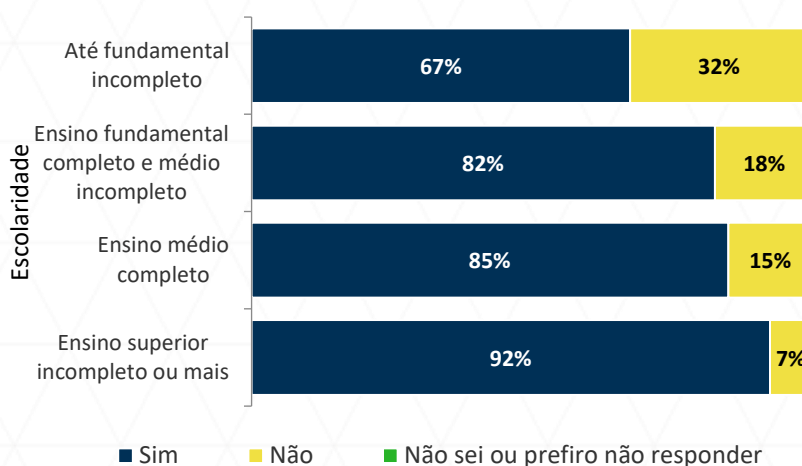


O percentual de entrevistados que afirmou ter identificado alguma notícia falsa em redes sociais é menor entre os entrevistados mais velhos. Esse percentual também é menor entre entrevistados que possuem escolaridade mais baixa e renda familiar menor.

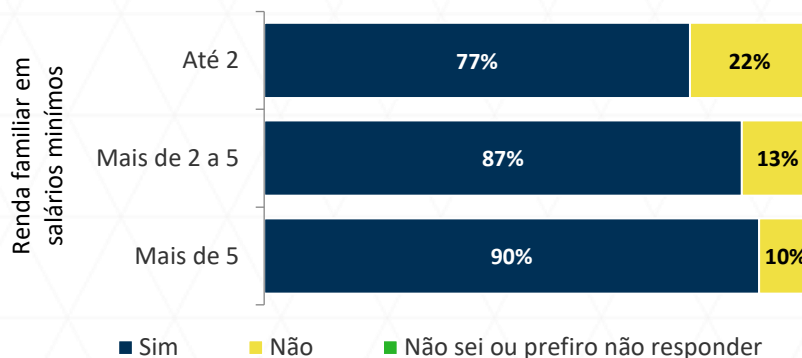
Você já identificou alguma notícia falsa nas redes sociais?



Você já identificou alguma notícia falsa nas redes sociais?

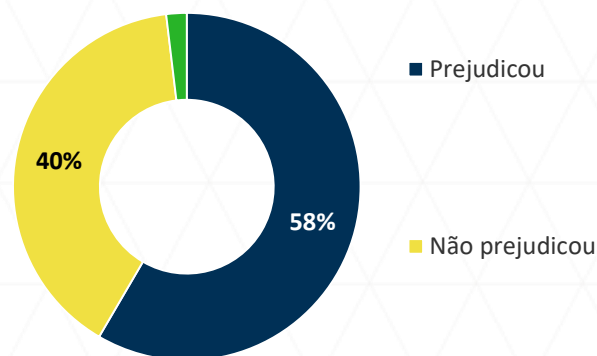


Você já identificou alguma notícia falsa nas redes sociais?



Entre os entrevistados que afirmaram ter identificado uma notícia falsa, 58% relataram que isso prejudicou a confiança deles nas redes sociais.

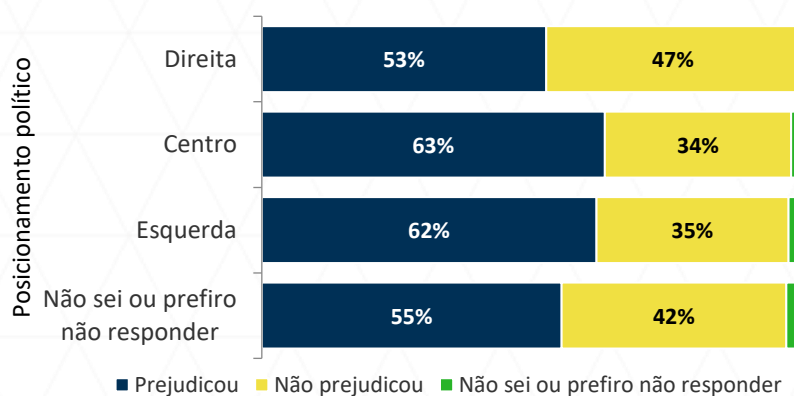
E isso prejudicou ou não prejudicou sua confiança nas redes sociais?*



*Questão respondida por 1.994 pessoas que afirmaram que já identificaram notícia falsa nas redes sociais.

Entre os entrevistados que se consideram de direita e que já identificaram notícia falsa em rede social, 53% afirmaram que isso prejudicou a confiança nas redes sociais. Esse percentual é maior entre os que se consideram de centro (63%) ou de esquerda (62%).

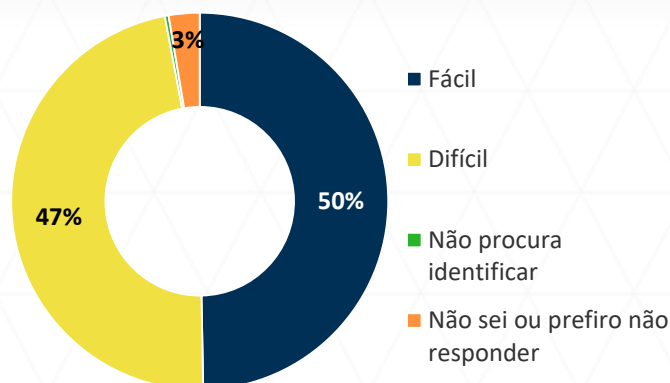
E isso prejudicou ou não prejudicou sua confiança nas redes sociais?*



*Questão respondida por 1.994 pessoas que afirmaram que já identificaram notícia falsa nas redes sociais.

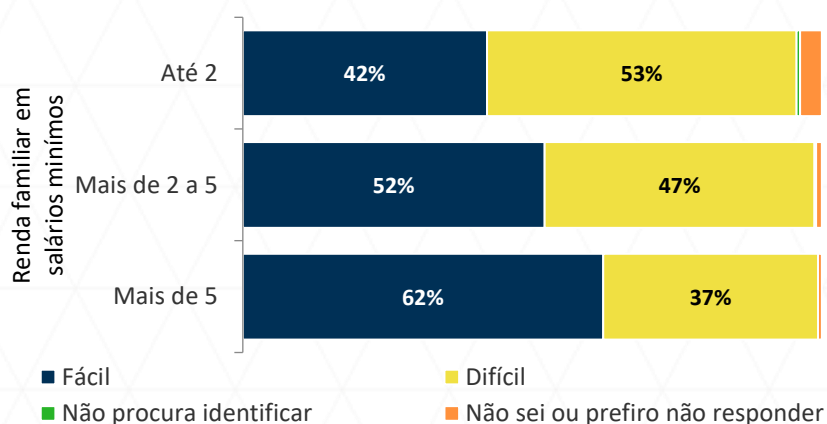
Perguntados sobre se é fácil ou difícil identificar notícias falsas nas redes sociais, as opiniões ficaram divididas: 50% responderam que é fácil enquanto 47% responderam que é difícil.

Em geral, identificar notícias falsas publicadas nas redes sociais é:



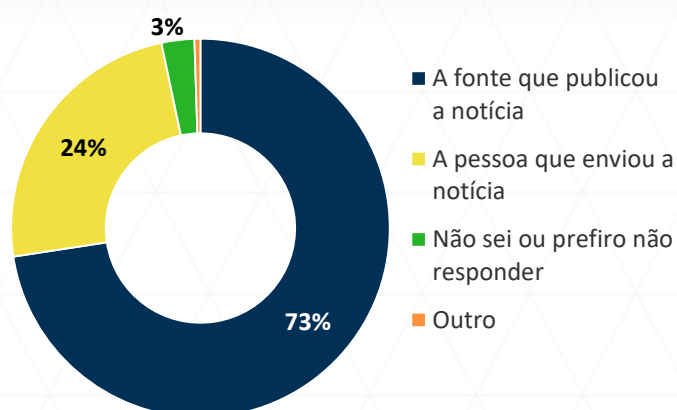
Segundo os resultados, o percentual de pessoas que acham fácil identificar notícias falsas em redes sociais é maior entre quem tem renda mais elevada.

Em geral, identificar notícias falsas publicadas nas redes sociais é:

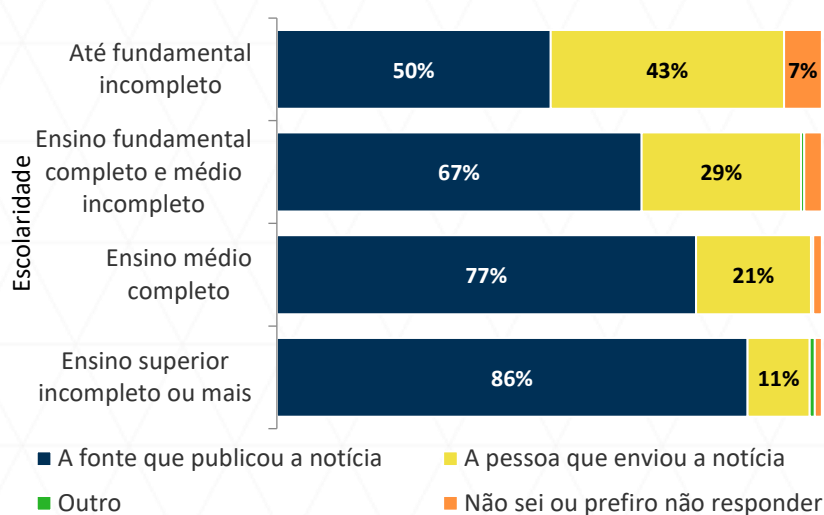


Para quase três em cada quatro entrevistados (73%), o mais importante para considerar uma notícia confiável é a fonte que a publicou. Por outro lado, esse percentual é menor entre as pessoas que têm escolaridade mais baixa.

Para você o que é mais importante para saber se uma notícia é confiável?



Para você o que é mais importante para saber se uma notícia é confiável?



Nas redes sociais, notícias falsas ganham mais visibilidade que notícias verdadeiras

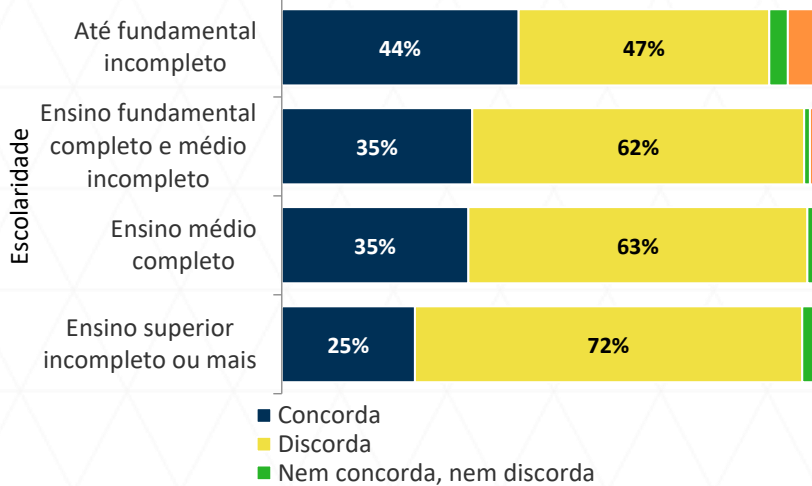
Três em cada quatro entrevistados (77%) acreditam que, nas redes sociais, notícias falsas têm mais visibilidade do que notícias verdadeiras. Além disso, 62% dos entrevistados discordam que informações publicadas em redes sociais são mais confiáveis do que informações publicadas na mídia tradicional.

Vou ler algumas afirmações referentes a conteúdos em redes sociais para que você responda se concorda ou discorda.

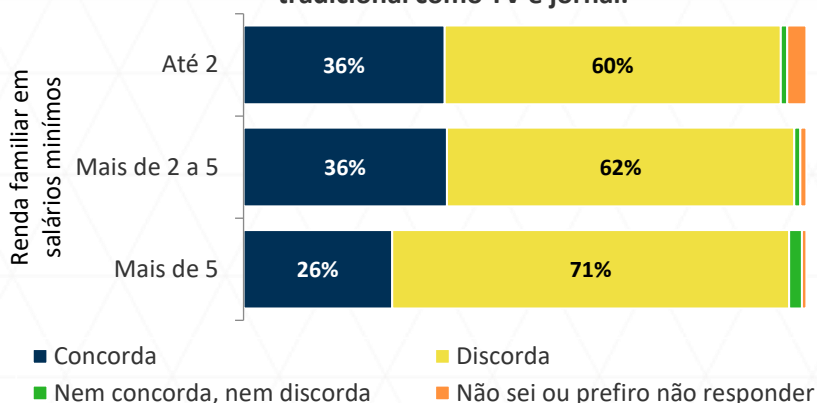


Analizando as respostas à afirmação “informações publicadas em redes sociais são mais confiáveis do que as publicadas na mídia tradicional”, o percentual de entrevistados que concordam com essa afirmação é maior entre os grupos que têm escolaridade mais baixa, os que têm renda mais baixa e os que se consideram de direita.

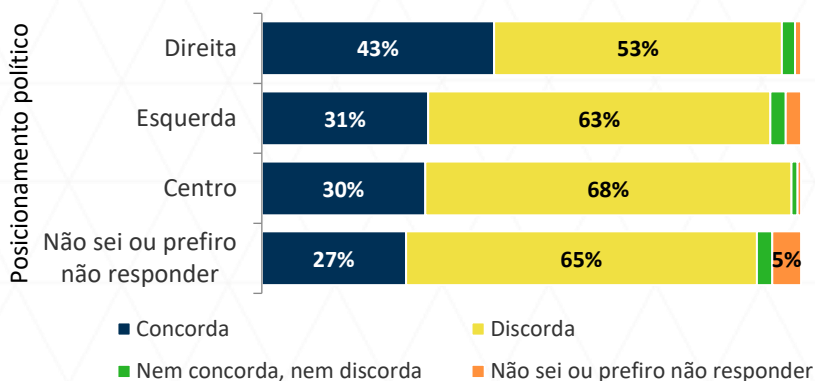
Informações publicadas em redes sociais são mais confiáveis do que informações publicadas na mídia tradicional como TV e jornal.



Informações publicadas em redes sociais são mais confiáveis do que informações publicadas na mídia tradicional como TV e jornal.

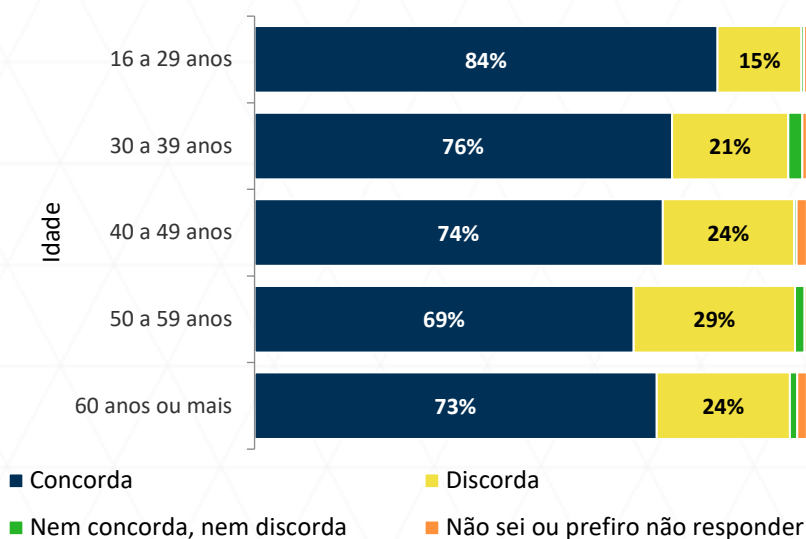


Informações publicadas em redes sociais são mais confiáveis do que informações publicadas na mídia tradicional como TV e jornal.

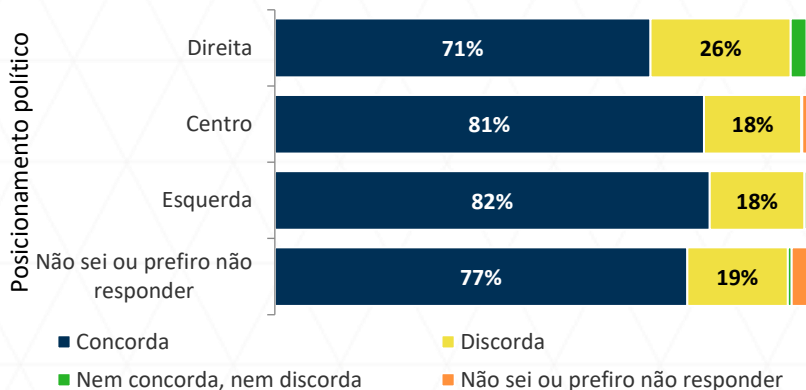


Analisando as respostas à afirmação “notícias falsas ganham mais visibilidade em redes sociais que as verdadeiras”, percebe-se que entre os entrevistados mais jovens e entre os entrevistados que se consideram de centro ou de esquerda, é maior o percentual dos que concordam com essa afirmação.

Em redes sociais, notícias falsas ganham mais visibilidade que notícias verdadeiras



Em redes sociais, notícias falsas ganham mais visibilidade que notícias verdadeiras.



Maioria dos entrevistados concorda que conteúdos que estão de acordo com a própria opinião nem sempre são verdadeiros

Perguntados se conteúdos que estão de acordo com a própria opinião podem ser falsos, 74% dos entrevistados concordaram. Além disso, perguntados se conteúdos que são contrários a própria opinião podem ser verdadeiros, 81% dos entrevistados concordaram.

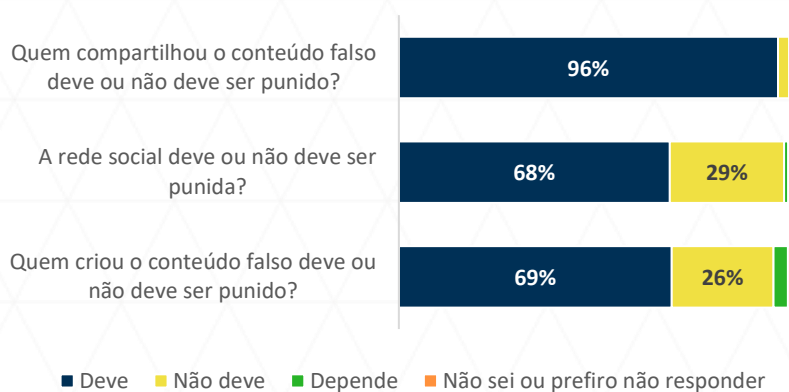
Vou ler algumas afirmações referentes a conteúdos em redes sociais para que você responda se concorda ou discorda.



Para entrevistados, a rede social, bem como quem cria e quem compartilha notícia falsa, devem ser punidos

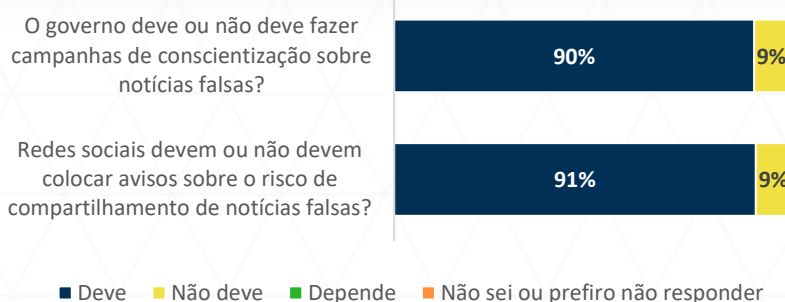
Quase a totalidade dos entrevistados (96%) acredita que quem compartilha conteúdo falso em redes sociais deve ser punido. A maioria dos entrevistados (69%) também acredita que quem criou o conteúdo falso deve ser punido. Além disso, para 68% dos entrevistados, a rede social deve ser punida.

Na sua opinião, no caso de divulgação de notícia falsa em redes sociais:



Nove em cada dez entrevistados (90%) acreditam que o governo deve fazer campanhas de conscientização sobre notícias falsas. Também para nove em cada dez entrevistados (91%) as redes sociais devem colocar avisos sobre o risco de compartilhamento de notícias falsas.

Para você:

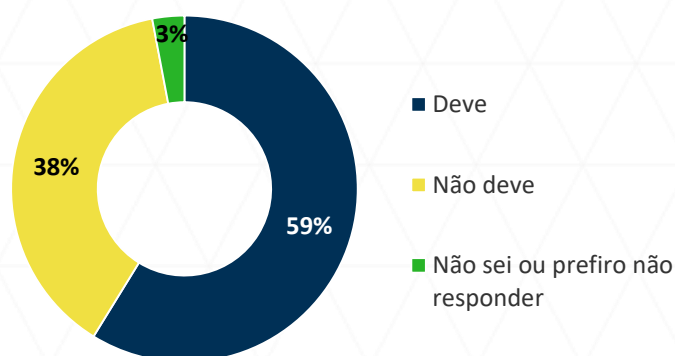


3. Privacidade de dados em redes sociais e sites de busca

Crítérios de exibição de conteúdos de redes sociais e sites de busca devem ser públicos

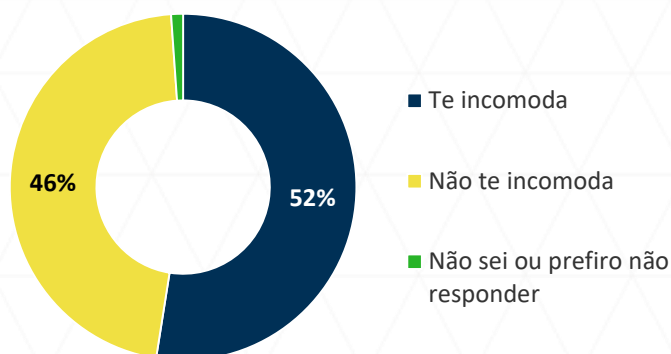
Para a maioria dos entrevistados (59%), devem ser públicas as regras usadas pelos sites de busca e redes sociais para escolher os conteúdos exibidos para os usuários.

Você acha que as regras usadas pelos sites de busca e redes sociais para escolher os conteúdos exibidos para usuários devem ou não devem ser públicas?



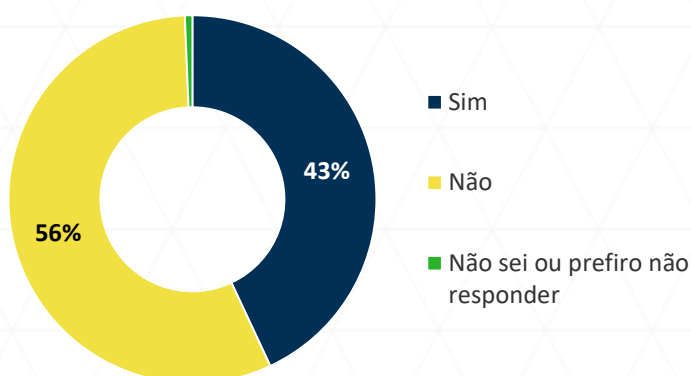
Perguntados se o fato de redes sociais priorizarem a exibição de conteúdos pagos ou patrocinados os incomodam, as opiniões ficaram divididas: 52% afirmaram que incomoda, enquanto 46% responderam que não incomoda.

O fato de sites de busca e redes sociais priorizarem a exibição de conteúdos pagos ou patrocinados:



Outro tema que dividiu as opiniões dos entrevistados é se pagariam para ter uma opção na internet em que não aparecessem anúncios: 43% dos entrevistados disseram que sim enquanto 56% disseram que não.

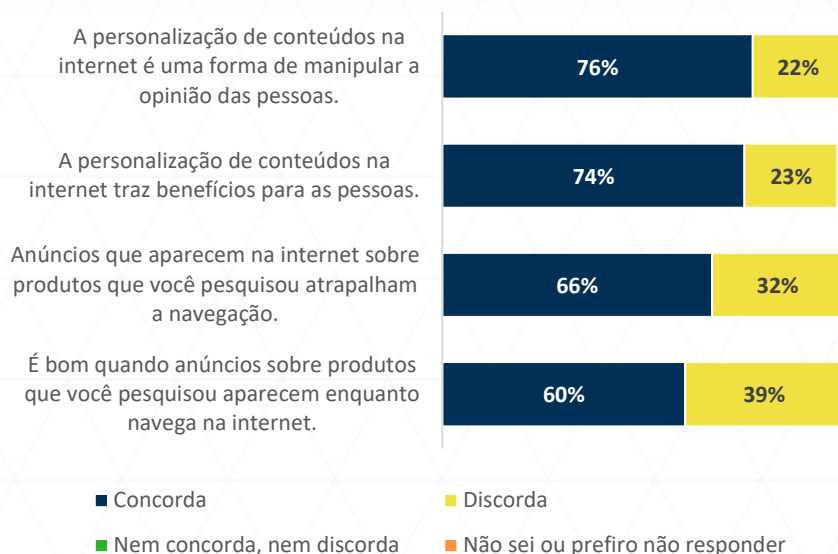
Você pagaria para ter uma opção de navegação na internet em que não aparecessem anúncios?



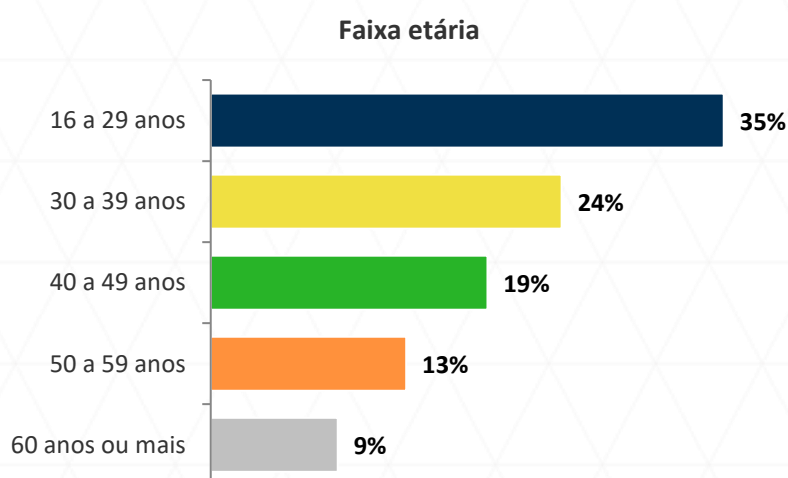
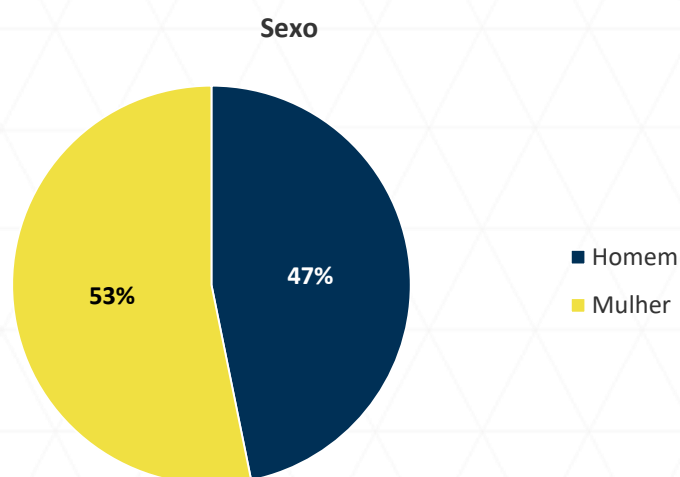
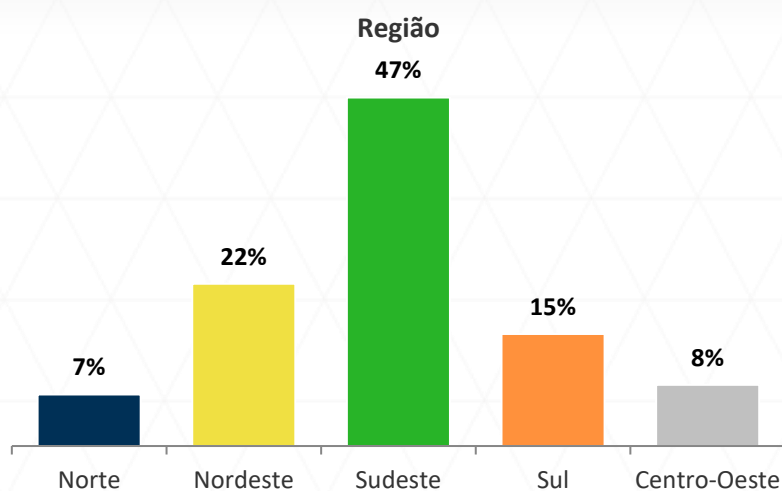
Sobre a personalização de conteúdo, 76% acham que é uma forma de manipular a opinião das pessoas. No entanto, para 74%, essa possibilidade traz benefícios para a população.

Os participantes também opinaram sobre anúncios de produtos pesquisados e que aparecem enquanto utilizam a internet. Para 66% dos entrevistados esses anúncios atrapalham a navegação. Todavia, seis em cada dez afirmaram que acham bom quando anúncios de produtos pesquisados aparecem durante a navegação na internet.

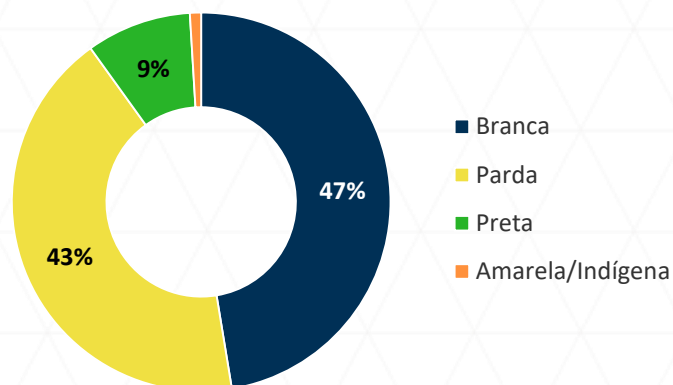
Agora vou ler algumas afirmações e gostaria que você respondesse se concorda ou discorda.



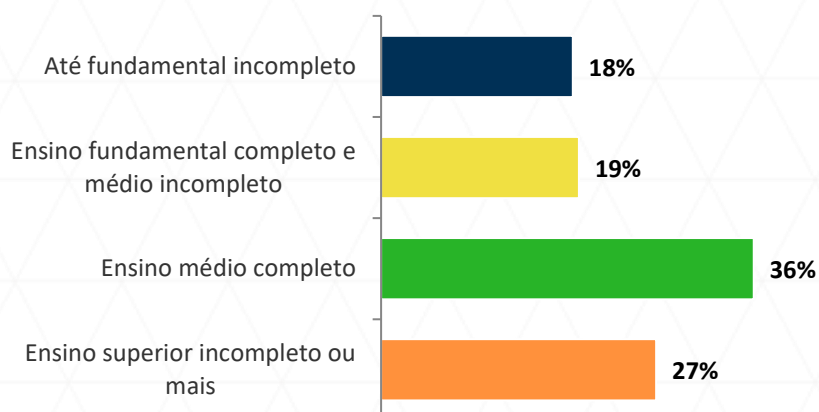
Perfil dos Respondentes



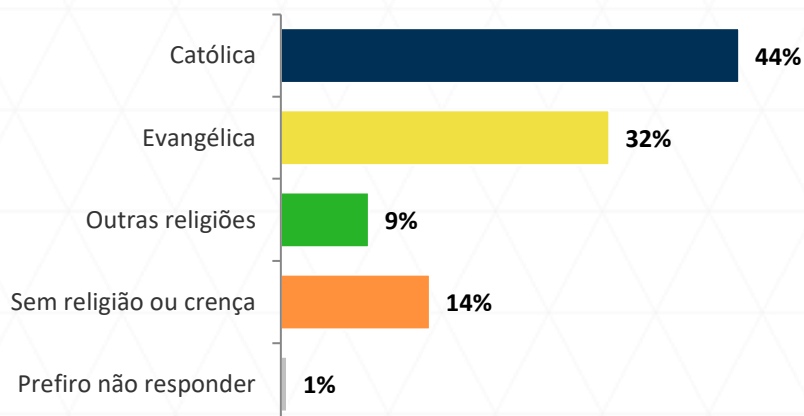
Cor ou raça



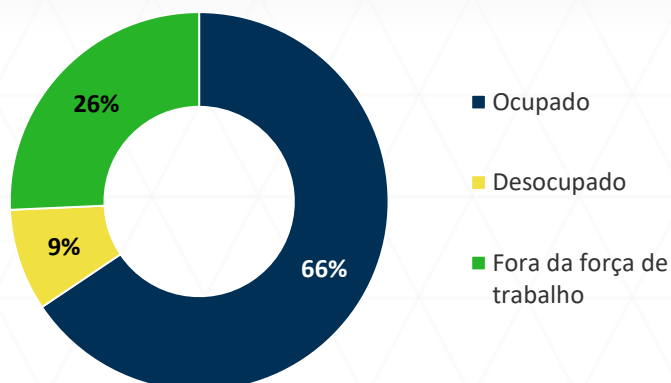
Escolaridade



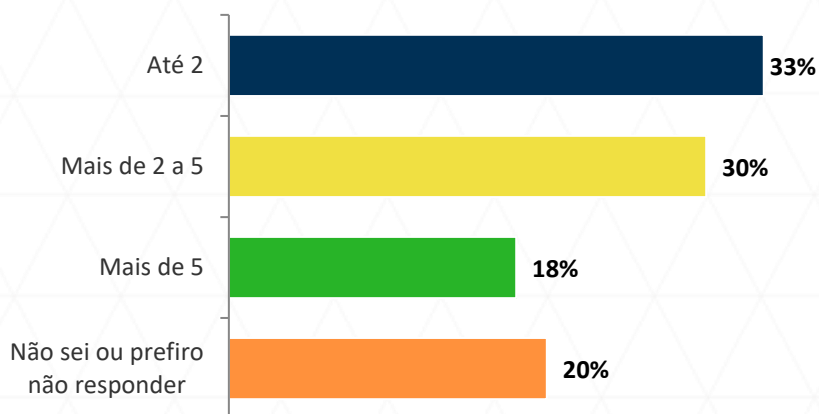
Religião/Crença



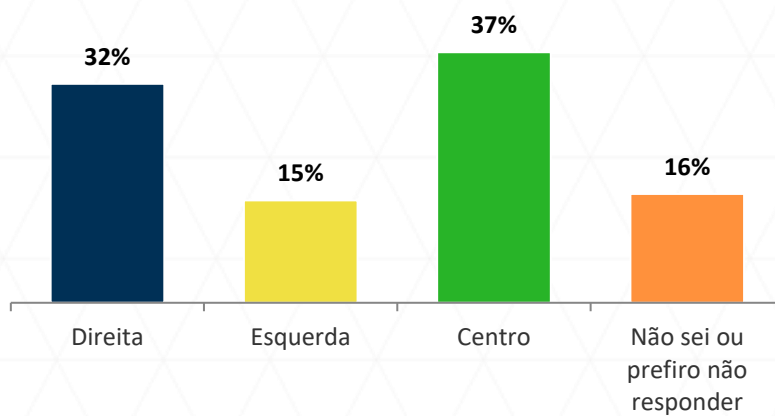
Força de trabalho



Renda familiar em salários mínimos



Na política se fala em direita, esquerda e centro. Você se considera mais de:



Metodologia da pesquisa

As pesquisas do DataSenado são feitas por meio de amostragem probabilística. A população alvo é de cidadãos com 16 anos ou mais, residentes no Brasil, com acesso a telefones móveis ou fixos e com acesso à internet. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas telefônicas. A margem de erro admitida é de dois pontos percentuais para mais ou para menos com nível de confiança de 95% nas estimativas de questões aplicadas a toda amostra. Isso significa que, se fossem realizadas 100 pesquisas com essa metodologia, 95 delas teriam, dentro da margem de erro estipulada, o mesmo resultado que seria obtido se fosse possível entrevistar toda a população alvo.

As questões aplicadas a subgrupos da população têm margem de erro superior a dois pontos percentuais.

A seleção de participantes da pesquisa foi feita utilizando método de amostragem aleatória estratificada em dois fatores (*two-way sample*). Nesse tipo de amostra, existem dois critérios de seleção não hierárquicos que, no presente caso, são as unidades da Federação (UF) e o tipo de acesso a telefonia (fixo ou móvel).

Para cada UF, foram selecionados aleatoriamente números de telefones, divididos entre fixos e móveis, extraídos dos cadastros da Anatel, nos quais constam todos os números habilitáveis do país. A partir dessa subdivisão, foram realizadas ligações telefônicas para todo o país. Atendido o telefone, solicitou-se autorização para realizar a pesquisa. As ligações foram feitas até se atingir 2.400 entrevistas, com alocação proporcional por UF, no período de 17 a 31 de outubro de 2019.

No cômputo dos resultados, foi aplicada ponderação para pesquisas amostrais baseada na metodologia *rake* e considerando a distribuição estimada da população do Brasil por grande região, sexo, idade, escolaridade, raça ou cor e força de trabalho (ocupado, desocupado ou fora da força de trabalho). O peso amostral foi calculado utilizando dados do complemento de Tecnologia da Comunicação e da Informação (TIC) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do 4º trimestre de 2017.

Os resultados foram arredondados de maneira que, para números com decimal menor que 0,5, foi mantida a parte inteira; e para números com decimal maior ou igual a 0,5, adicionou-se uma unidade à parte inteira do percentual. O uso dessa metodologia de arredondamento faz com que, em alguns casos, a soma dos percentuais de gráficos e de algumas colunas das tabelas seja diferente de 100%, para mais ou para menos, sem que isso implique em erro de cálculo.

Realização

Instituto de Pesquisa DataSenado

Elga Mara Teixeira Lopes - Diretora

Equipe Técnica

Florian Augusto de Abreu C. Madruga

Hilma B. B. Fernandes dos Santos

Isabella Cristine F. Vieira

Juliana dos Santos Costa

Jazon Torres de Sousa

Laura Efigênia F. E. de Sousa

Ricardo Koiti Koshimizu

Thiago Cortez Costa

Estatístico

Marcos Ruben de Oliveira

Estagiários

Larissa Cadete Meneguzzo

Luana Pereira R. da Silva

Mariana Vasques B. de Carvalho

Richard Wallan P. de Sousa

Apoio Tecnológico

Caio Felipe B. Andrade

Gabriele Lima Gomes

Hugo Bartolomeu Ferreira

Lucas M. Alves

Pedro Leonardo C. M. Barbosa

Ouvidoria do Senado Federal

Ana Maria Mafra

Felipe Espinosa de Oliveira

Ouvidoria Parlamentar da Câmara dos Deputados

Isa de Lima

Paulo Henrique Alves Araújo

Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados

Carlos David Bichara

Guilherme Pereira Pinheiro

Newton Tavares Filho

Ouvidoria do
Senado Federal

Instituto de Pesquisa
DataSenado

Secretaria de
Transparência



datasenado@senado.leg.br

<http://www.senado.leg.br/datasenado>



ouvidoria@camara.leg.br

<http://www.camara.leg.br/ouvidoria>