



# PESQUISA SOBRE CONSUMO DE INFORMAÇÃO ONLINE

26.jan.2018 a 28.jan.2018

## Dados técnicos

<b>Data da coleta</b>	26/01/2018 a 28/01/2018
<b>Perguntas</b>	5 perguntas com resposta única 3 perguntas com múltiplas respostas (máximo de 3)
<b>Respondentes</b>	Alvo de 805 respondentes
<b>Método</b>	Google Survey
<b>Alvo</b>	população geral de 18 a +65 anos
<b>Intervalo de confiança</b>	95%, com margem média de erro em toda a pesquisa de +2,7 pontos percentuais e -2,5 pontos percentuais

## Destaques

**43%** dos entrevistados disseram **não confiar** na maioria das vezes em notícias vindas de aplicativos de mensagem; **30%** disseram confiar apenas quando conhecem quem compartilhou.

Entrevistados que se informam principalmente por veículos alternativos são menos propensos a admitir que já tomaram decisões baseadas em notícias falsas: mais de **80%** afirmam nunca ter caído em *fake news*. Quem se informa por links em redes sociais ou mecanismos de buscas diz o contrário: mais de **80%** já tomou decisões baseadas em notícias inverídicas.

**Metade** dos entrevistados admite já ter **tomado decisões** baseadas em informações falsas.

Busca por audiência e ganhos políticos ou financeiros é a principal **motivação** para a existência das notícias falsas, segundo os entrevistados.

**Um terço** dos entrevistados nunca ou raramente **questiona** a veracidade de notícias nas redes sociais.

Entrevistados que se informam principalmente por veículos tradicionais afirmam ser **mais críticos** sobre a notícia consumida: **62%** alegam checar a informação. Por outro lado, quando a principal fonte são agregadores de conteúdo, **apenas 35%** admitem fazer checagens próprias. Em redes sociais ou aplicativos de mensagem, o percentual é de **37%**.

A **ausência de fontes** e outras referências é apontada por **42,5%** dos respondentes como um dos principais sintomas de desinformação.

## **A. Perguntas de resposta única**

Essa categoria de perguntas possibilitou ao respondente assinalar apenas uma resposta que mais condizia com a realidade que ele/ela reconhecia em relação a seu consumo de notícias pela Internet.

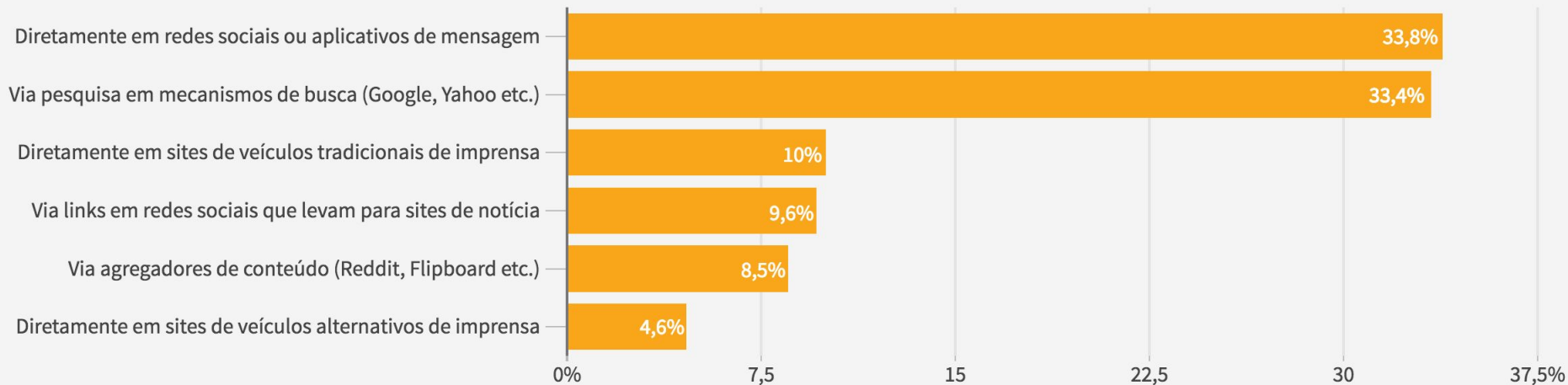
Mais significativamente, essa pesquisa mostrou que os respondentes acreditam se informar bem, geralmente questionando a veracidade das informações que lhe são repassadas, diferenciando notícias factuais de artigos de opinião e não tomando decisões abruptas por conta de relatos que lhe foram enviados.

Para informações mais detalhadas e tabelas, [acesse este link](#).

## A.1 Como você se informa online?

Qual das opções abaixo você considera ser a principal origem de seu consumo de notícias online?

Margem de erro da pergunta: +2,0 p.p./-1,8 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

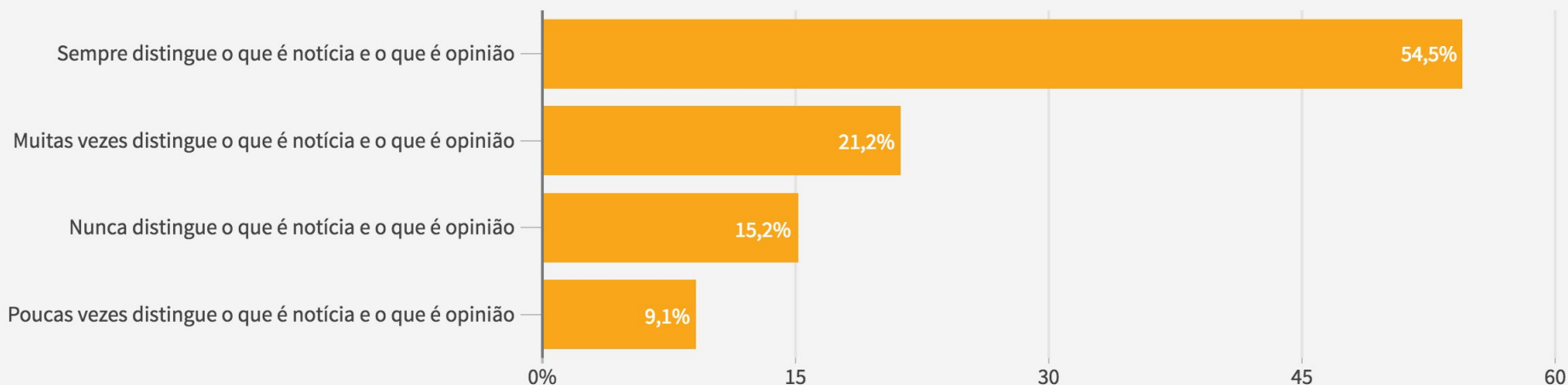
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## A.2 Você distingue o que lê no noticiário?

Com qual frequência você distingue notícias factuais de artigos de opinião e editoriais?

Margem de erro da pergunta: +2,45 p.p./-2,25 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

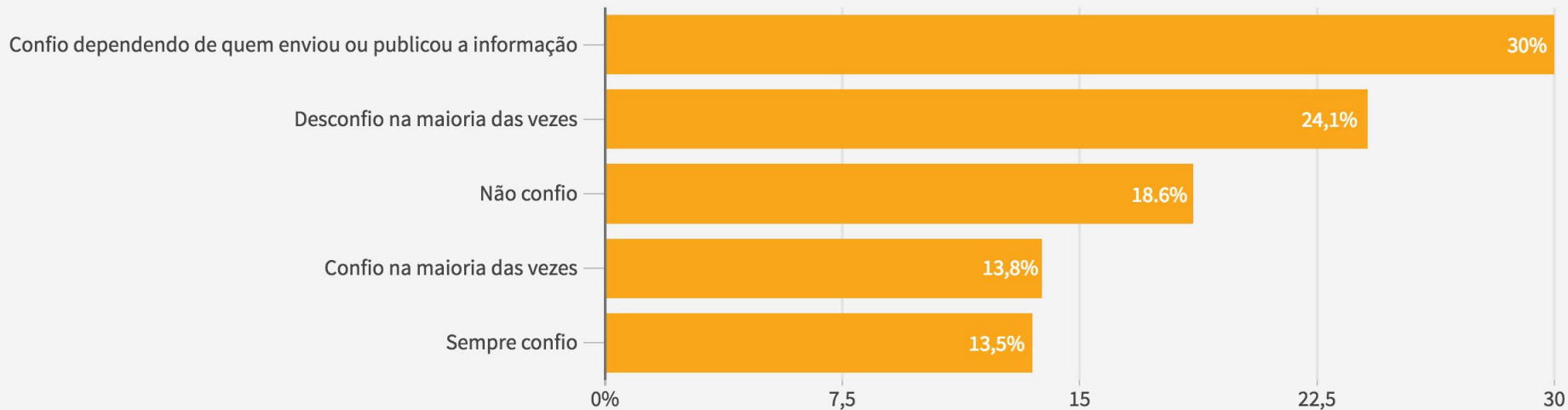
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## A.3 Você confia na informação recebida via redes sociais?

O quanto você confia nas notícias vindas diretamente de redes sociais ou aplicativos de mensagem?

Margem de erro da pergunta: +2,5 p.p./-1,6 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes

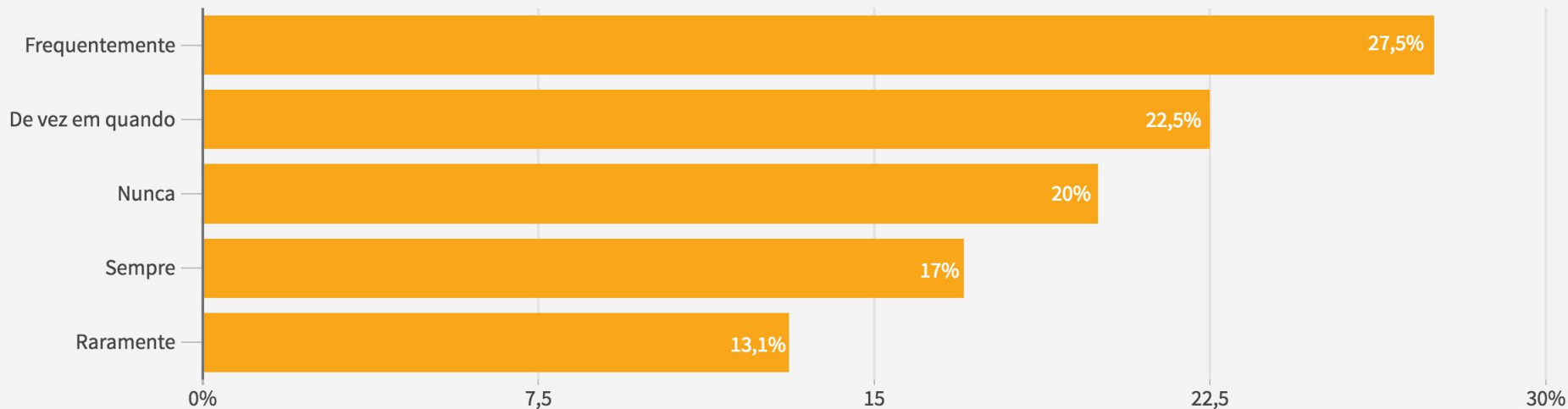




## A.4 Você pesquisa sobre o que lê no noticiário?

Ao consumir notícia via redes sociais, com qual frequência você pesquisa ou questiona sua veracidade?

Margem de erro da pergunta: +2,6 p.p./-2,3 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

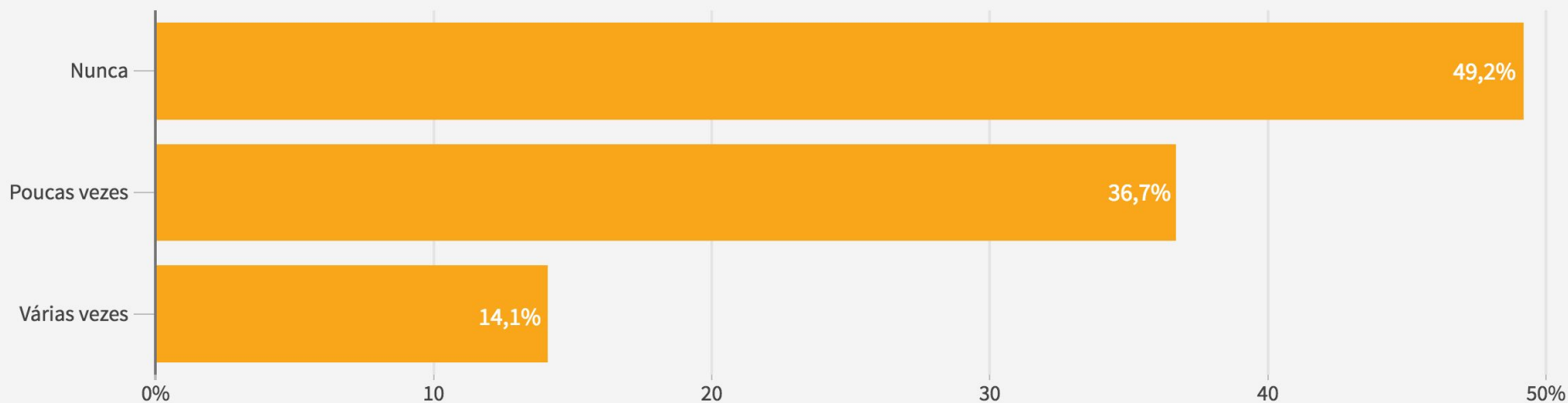
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## A.5 Você já foi vítima de notícias falsas?

### Você já tomou decisões com base em notícia que depois soube ser inverídica?

Margem de erro da pergunta: +3,1 p.p./-2,9 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## **B. Perguntas de múltiplas respostas**

Essa categoria de perguntas serve como um termômetro sobre questões fundamentais acerca do fenômeno das chamadas notícias falsas. Também reflete as dúvidas, preocupações e atitudes dos respondentes sobre esse tópico.

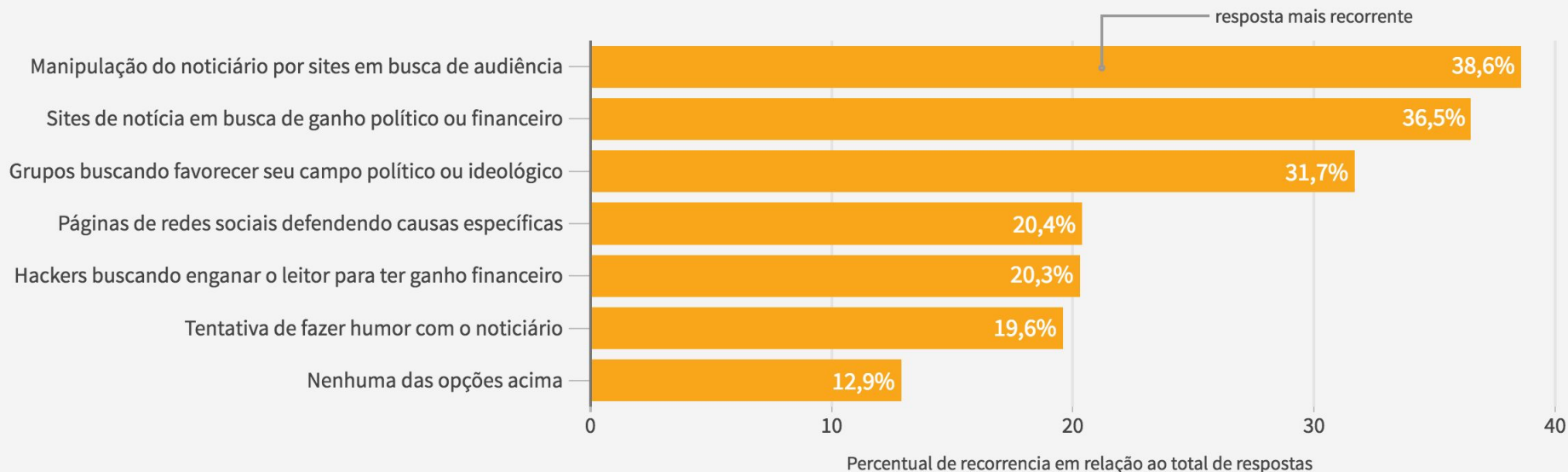
A falta de referências em reportagens é uma grande preocupação para seus consumidores, ao passo que saber quem é responsável pela apuração ajudaria significativamente a combatê-las.

Nessas questões, os respondentes foram solicitados a assinalar até três respostas que julgassem mais relevantes.

## B.1 Qual a principal motivação por trás de notícias falsas?

### Quais as principais motivações por trás das chamadas "notícias falsas?"

Respondentes foram solicitados a assinalar até 3 opções. Margem de erro da pergunta: +2,85 p.p. / -2,7 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

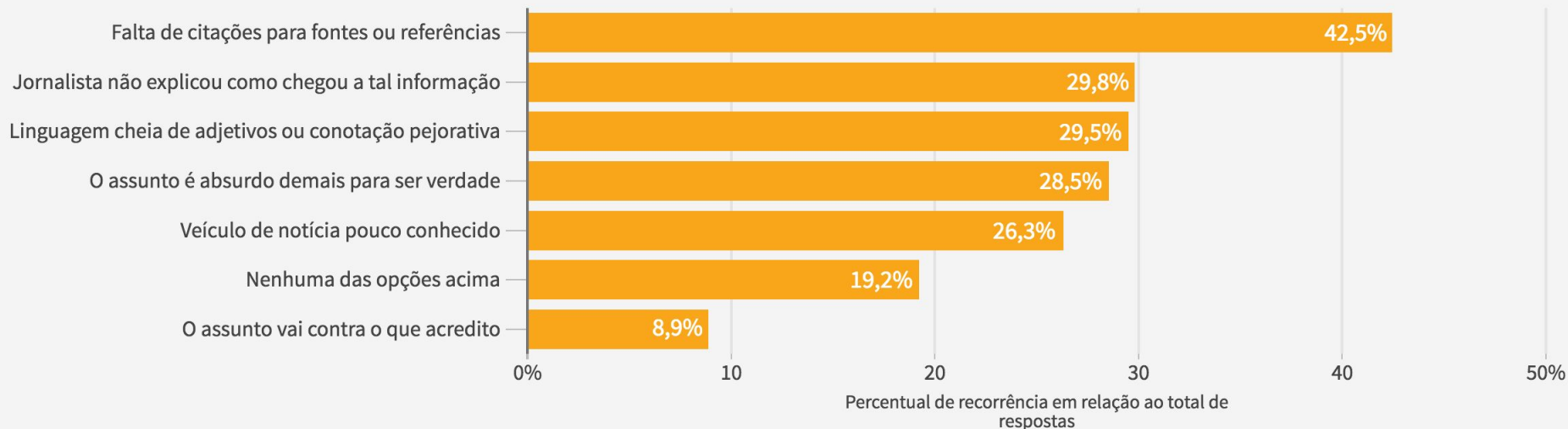
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## B.2 O que mais levanta dúvidas sobre a veracidade de uma notícia?

### Quais características mais podem levantar dúvidas sobre a veracidade de uma notícia?

Respondentes foram solicitados a assinalar até 3 opções. Margem de erro da pergunta: +3 p.p. / -2,8 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

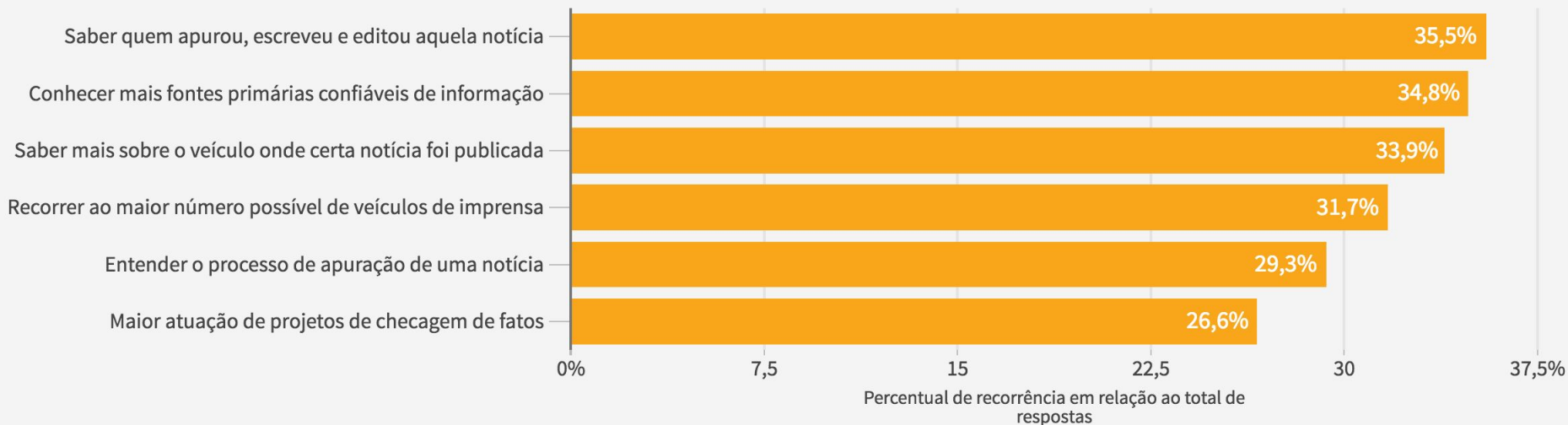
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## B.3 Como combater notícias falsas?

### O que mais ajudaria a combater o fenômeno de "notícias falsas"?

Respondentes foram solicitados a assinalar até 3 opções. Margem de erro da pergunta: +3,4 p.p. / -3,2 p.p.



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes



## **C. Cruzamentos**

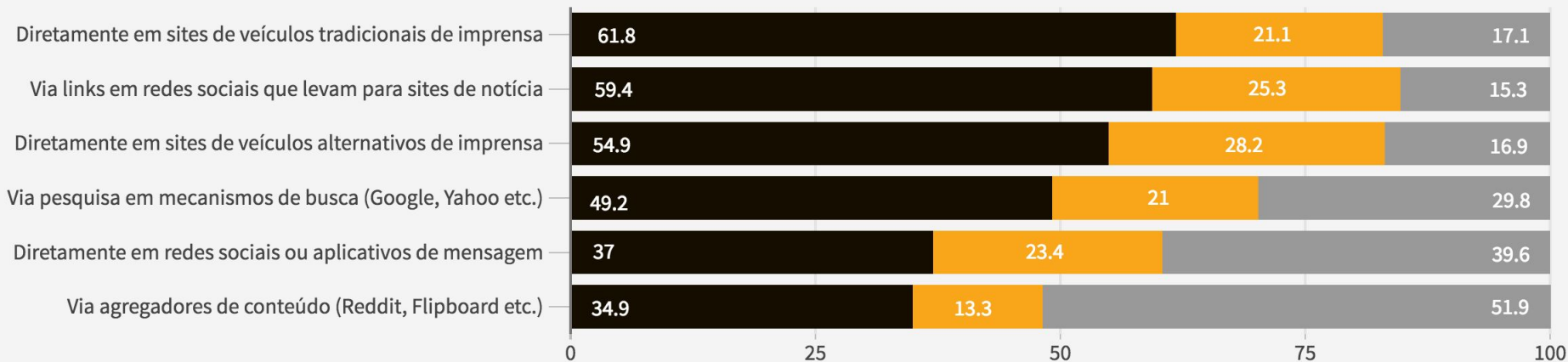
Nesse tópico, fizemos cruzamentos entre algumas questões, concentrando-nos especialmente em qual é a principal fonte de informação de um respondente e como isso afeta seu consumo de notícias e percepções sobre o noticiário.

## C.1 Quem checa as notícias que consome?

### Origem de consumo vs checagem própria

Frequência com a qual respondentes costumam pesquisar ou questionar se uma informação é verdadeira, em relação à origem do consumo de informações. Margem de erro de +3,0 pp / -3,0 p.p.

■ Sempre/Frequentemente ■ De vez em quando ■ Nunca/Raramente



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes

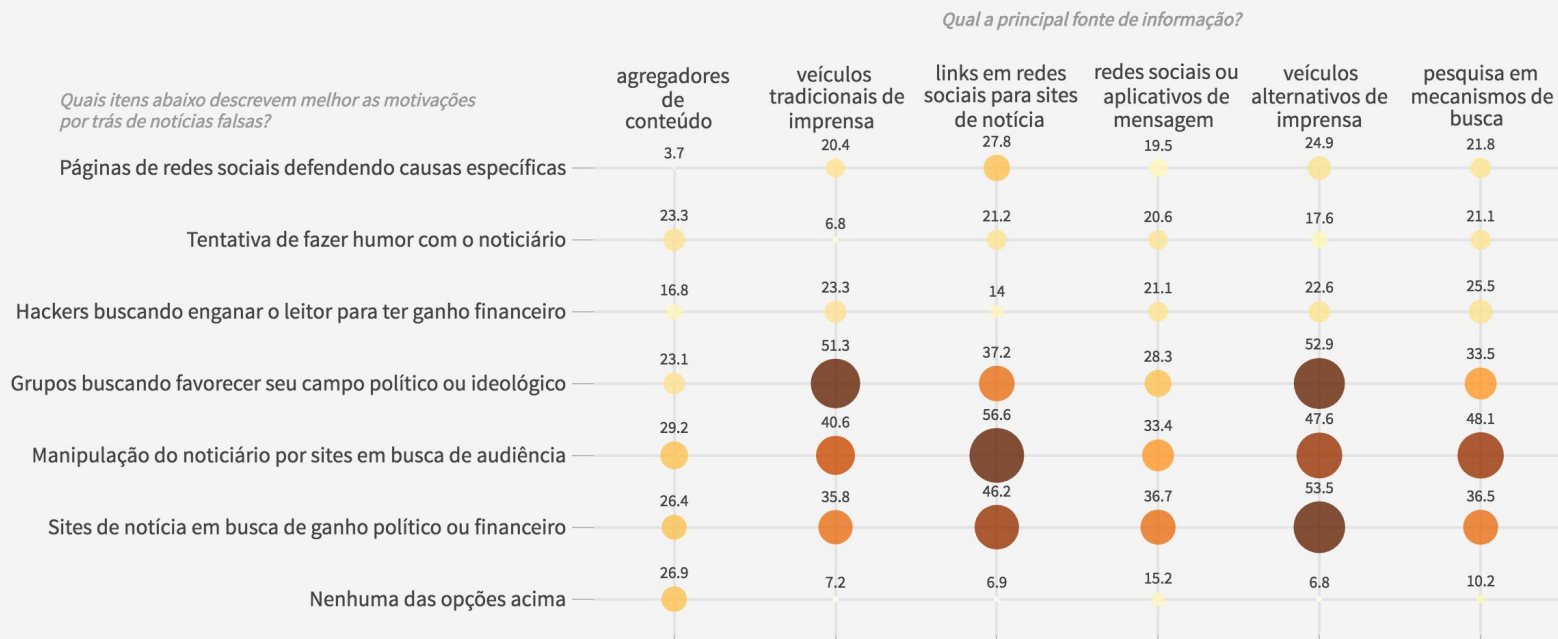




## C.2 O que melhor descreve a motivação por trás de uma notícia falsa?

### O que motiva as 'fake news'?

Respondentes foram solicitados a marcar até 3 itens sobre o que motiva veiculação de notícias falsas. O gráfico abaixo mostra o percentual das vezes em que certo item foi assinalado por um respondente de acordo com sua principal fonte de informação.



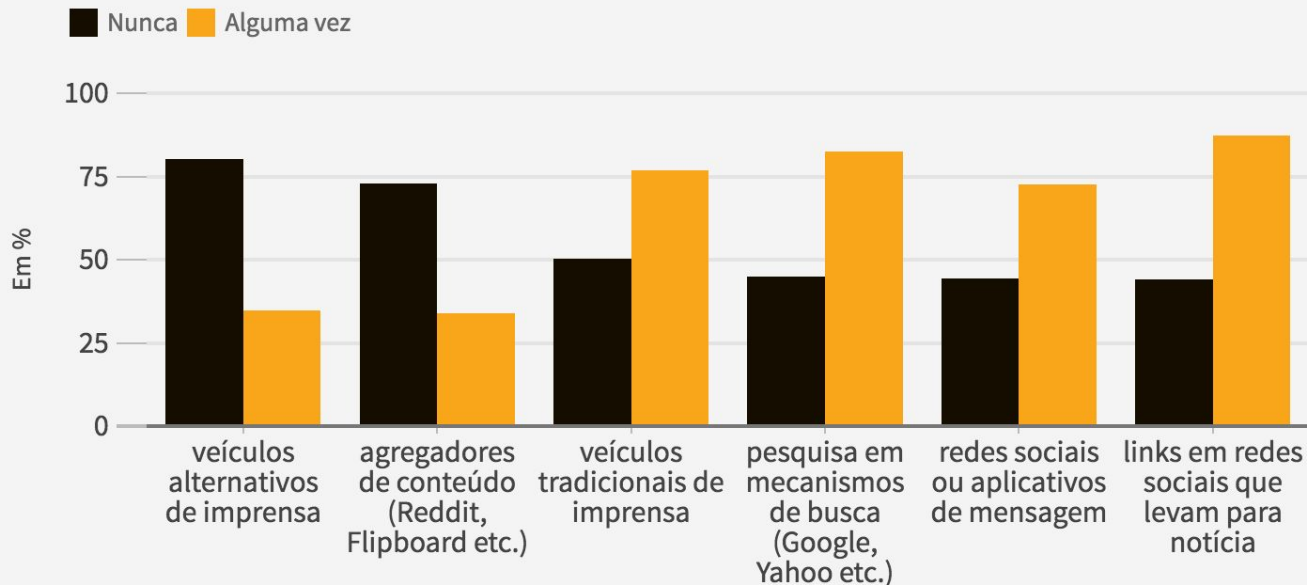
Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes. Margem de erro: +3,0 pp / -3,0 pp

### C.3 Quem checa as notícias que consome?

## Decisões falsas?

Percentual de pessoas que já admitiram ter tomado decisões por conta de notícias falsas, divididas por fonte principal de informação



Fonte: Pesquisa Aos Fatos

Nota: Considera alvo de 805 respondentes. Margem de erro: +3,0 pp / -3,0 pp

