



PESQUISA SOBRE CONSUMO DE INFORMAÇÃO ONLINE

26.jan.2018 a 28.jan.2018

Dados técnicos

Data da coleta	26/01/2018 a 28/01/2018
Perguntas	5 perguntas com resposta única 3 perguntas com múltiplas respostas (máximo de 3)
Respondentes	Alvo de 805 respondentes
Método	Google Survey
Alvo	população geral de 18 a +65 anos
Intervalo de confiança	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.

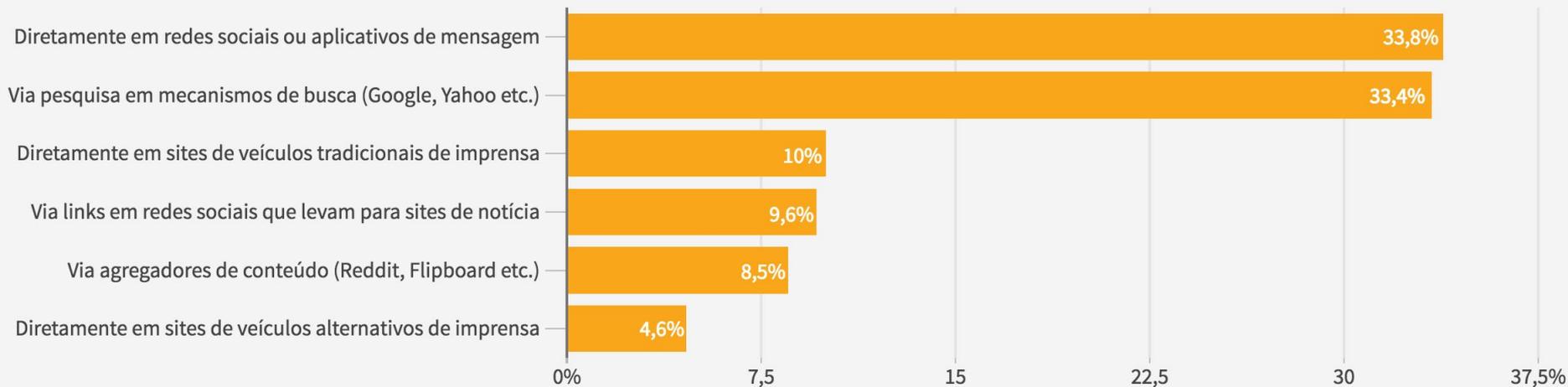
Mais significativamente, essa pesquisa mostrou que os respondentes acreditam se informar bem, geralmente questionando a veracidade das informações que lhe são repassadas, diferenciando notícias factuais de artigos de opinião e não tomando decisões abruptas por conta de relatos que lhe foram enviados.

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

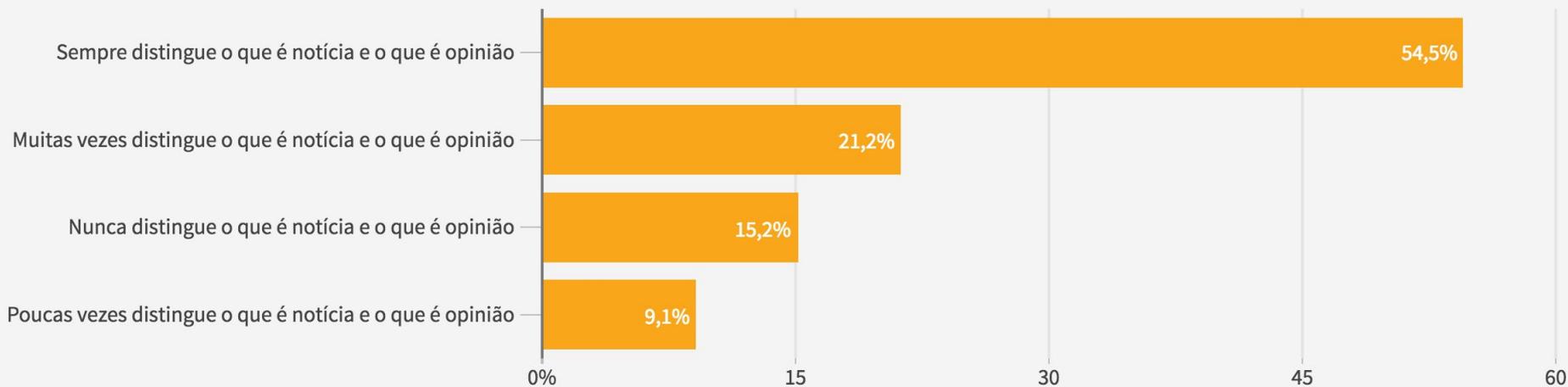
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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

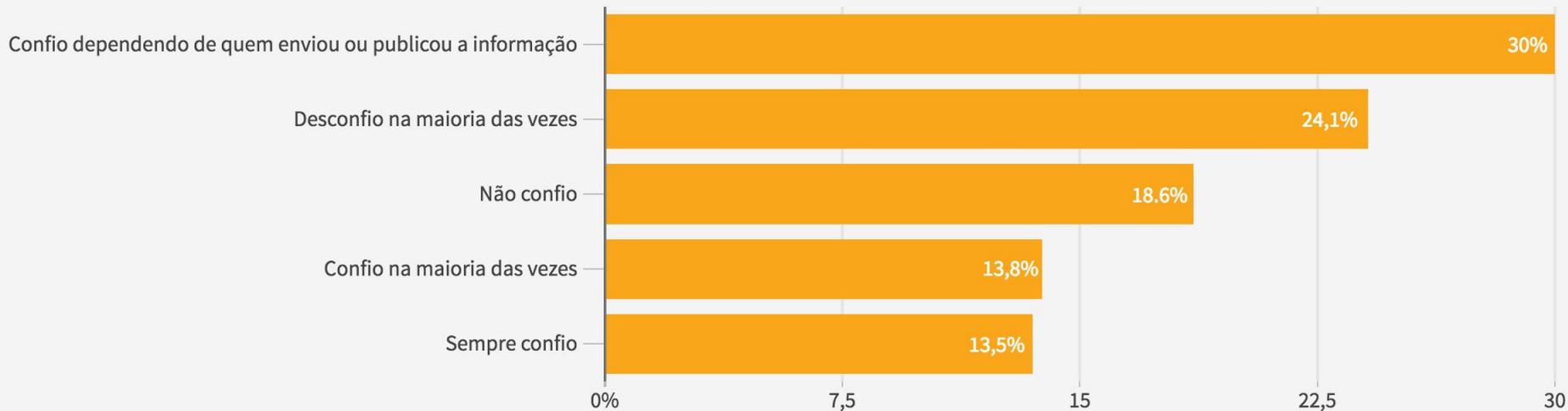
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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

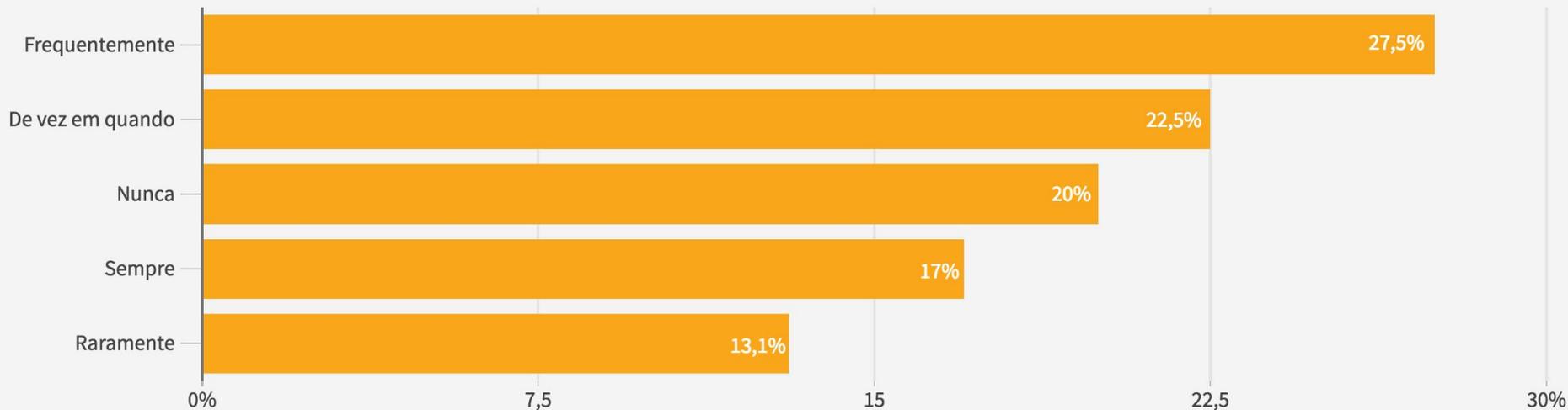
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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

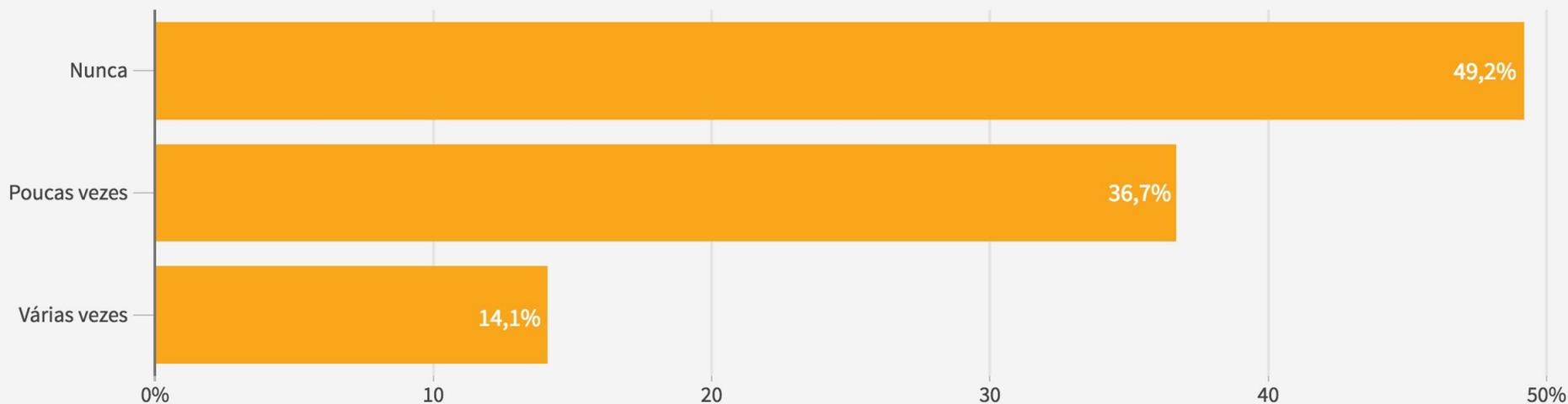
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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.

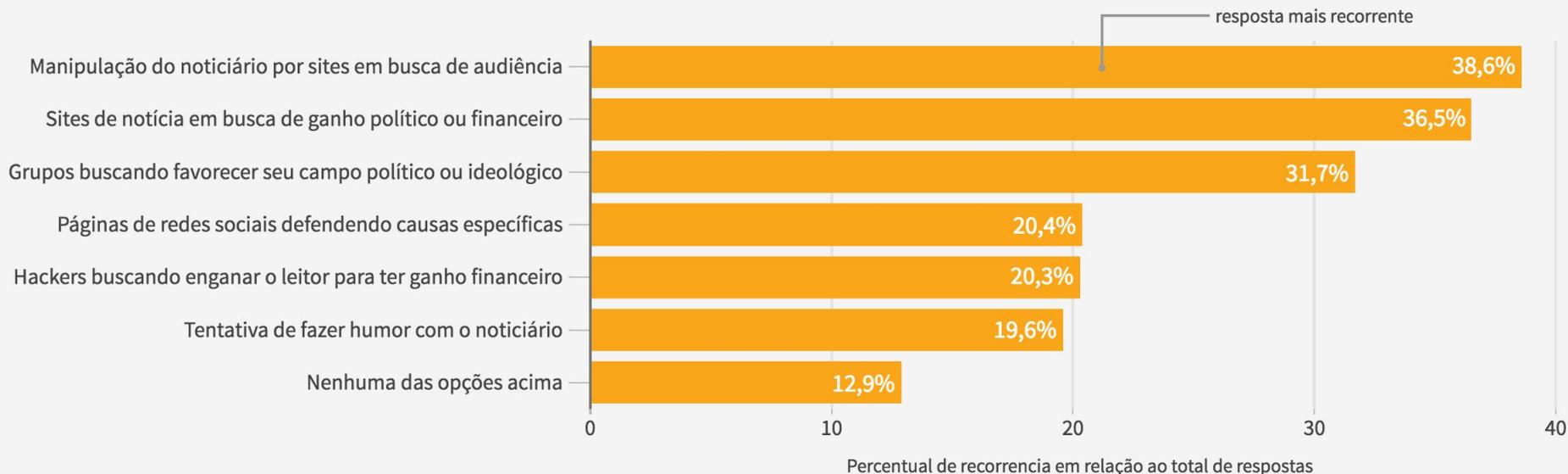
A falta de referências em reportagens é uma grande preocupação para seus consumidores, ao passo que saber quem é responsável pela apuração ajudaria significativamente a combatê-las.

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

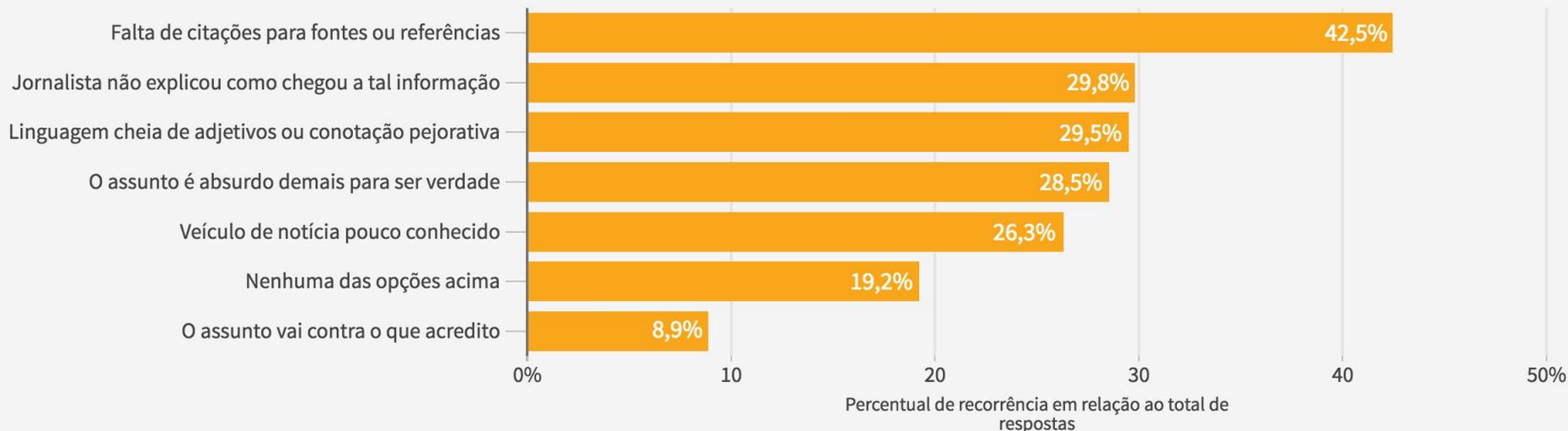
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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

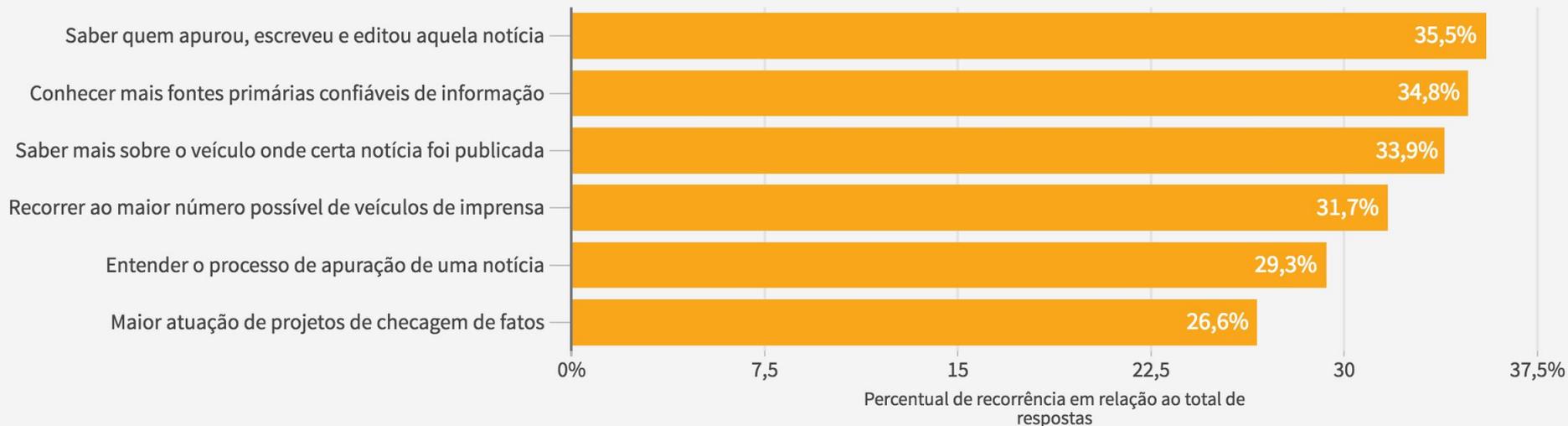
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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

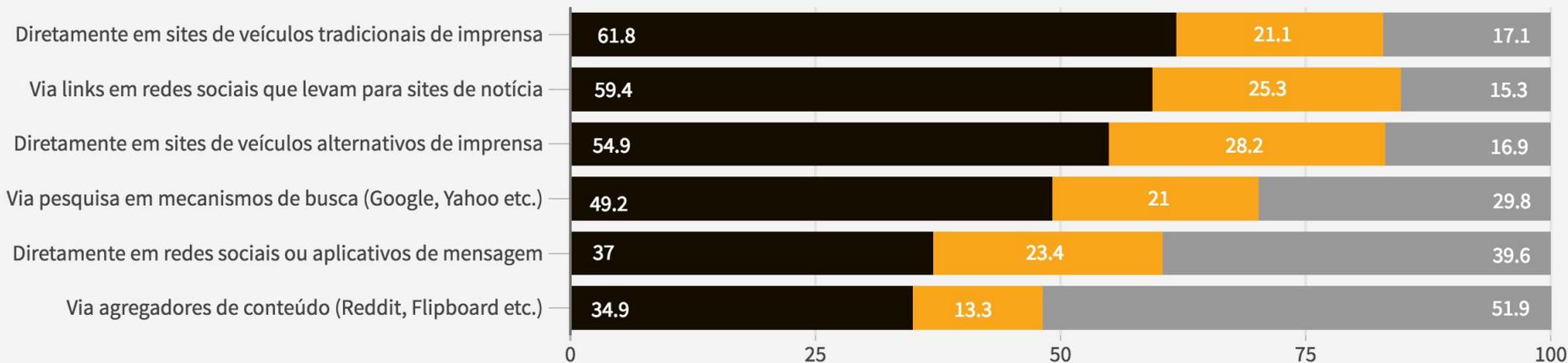
Nesse tópico, fizemos cruzamentos entre algumas questões, concentrando-nos especialmente em qual é a principal fonte de informação de um respondente e como isso afeta seu consumo de notícias e percepções sobre o noticiário.

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

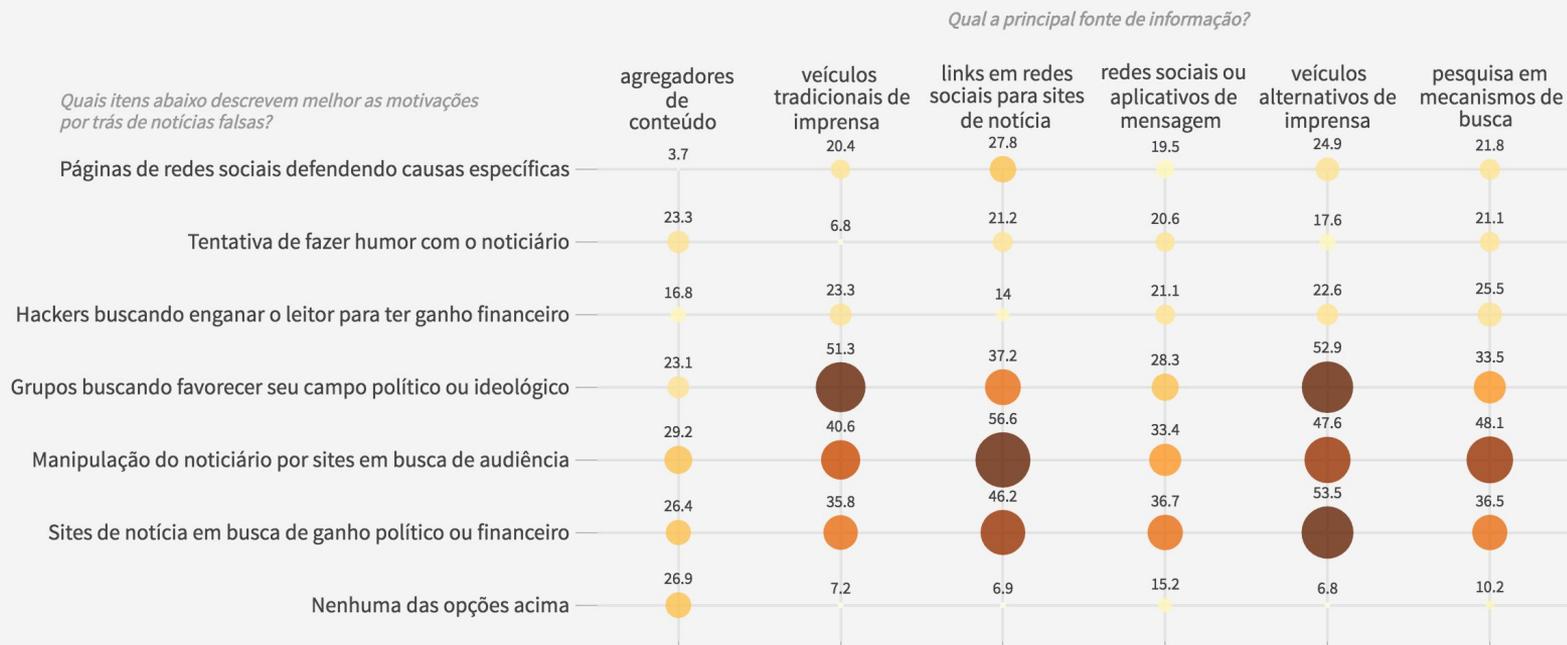
Nota: Considera alvo de 805 respondentes



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.



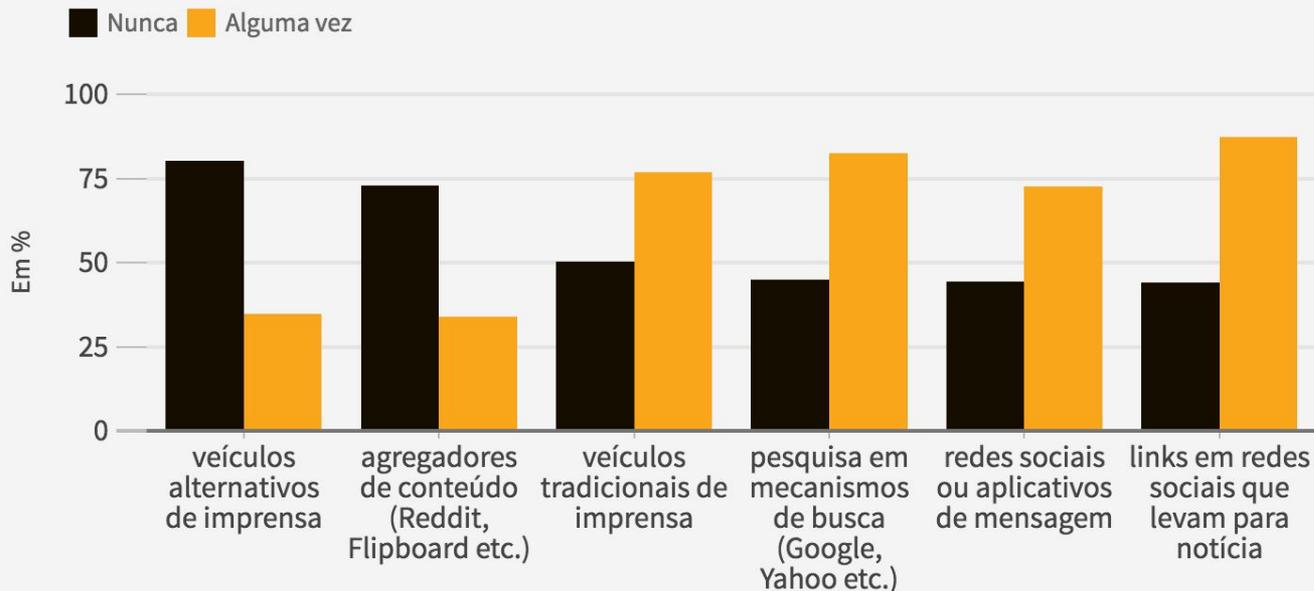
Fonte: Pesquisa Aos Fatos

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

