

VETORES E IMPLICAÇÕES DA DESORDEM INFORMACIONAL NA AMÉRICA LATINA

INTERNETLAB



Apresentação



A pesquisa **Vetores e Implicações da Desordem Informacional na América Latina** mapeou elementos da dinâmica de disseminação e consumo de informação online, com foco em compreender os hábitos de usuários em plataformas digitais, suas percepções em relação a confiabilidade de fontes e informações, e suas perspectivas em relação às estratégias de combate à desinformação.

Esta pesquisa, realizada em parceria com a **Rede Conhecimento Social**, é uma contribuição ao projeto *"Resisting Information Disorder in the Global South: Identifying drivers, developing responses, evaluating strategies"*, cuja etapa América Latina é coordenada pelo **InternetLab**.

Passo a passo metodológico

Oficinas de PerguntAção com grupo de cidadãos pesquisadores

dez.2023 a out.2024

Grupo constituído por cidadãos de diferentes países que participam ativamente da construção da pesquisa: desde a qualificação do tema, levantamento de hipóteses, construção e revisão dos roteiros e questionários. Após a coleta dos dados, é feita a análise coletiva dos resultados.

Oficinas com Conselho de Pesquisa

dez.2023 a nov.2024

Grupo de pesquisadores e especialistas de diferentes países da América Latina que contribuem na construção de sugestões e orientações para a pesquisa, além do aprofundamento das análises e consolidação dos aprendizados resultantes da pesquisa.

Reuniões de governança da pesquisa (InternetLab e ReCoS)

Elaboração de
questionários
e roteiros
mar.2024

Coleta de dados
qualitativos
março-
maio.2024

Coleta de dados
quantitativos
julho.2024

Tratamento técnico
do banco de dados
e tabulação
ago.2024

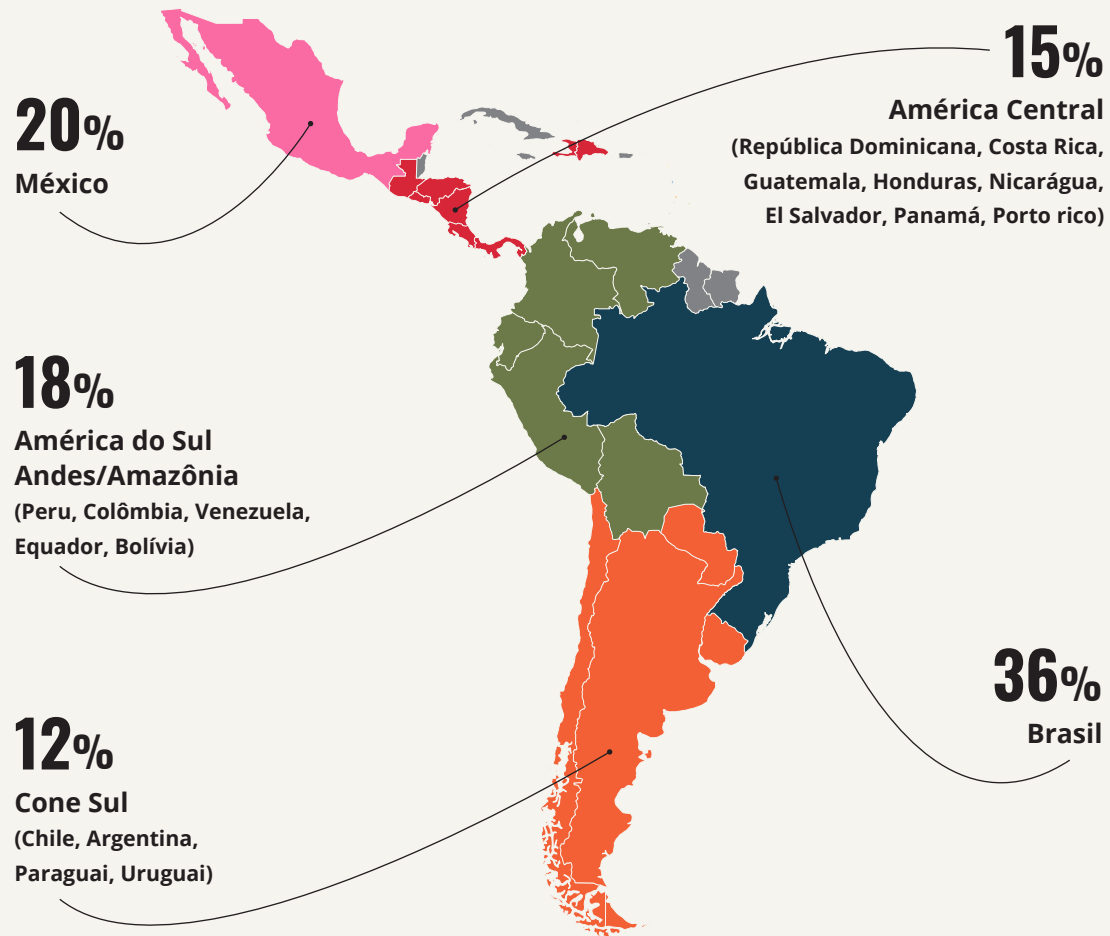
Produção
de relatório
set.2024
a jul.2025

Comunicação
e advocacy
ago.2025
em diante

Amostra etapa quantitativa (survey)

COLETA: 6.065 respostas de pessoas com 16 anos ou mais, via painel online.

Amostra distribuída proporcionalmente entre países (abaixo) com ponderação a posteriori e análises organizadas em 5 agrupamentos territoriais:



Amostra etapa qualitativa

COLETA: pessoas com 18 anos ou mais, com acesso à internet e uso ativo de redes sociais, de diferentes perfis em termos de raça, gênero, classe social, escolaridade, região de moradia e posicionamento político, realizado via plataforma online.

Agrupamento Territorial	Grupos de discussão	Entrevistas em profundidade
Brasil	Brasil	-
Cone Sul	Chile	Argentina, Paraguai, Uruguai
Andes/Amazônia	Peru	Bolívia, Colômbia, Equador, Venezuela
América Central	Costa Rica, República Dominicana	El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá, Porto Rico
México	México	-
Total	6 grupos de discussão, com 5 a 6 pessoas	13 entrevistas em profundidade

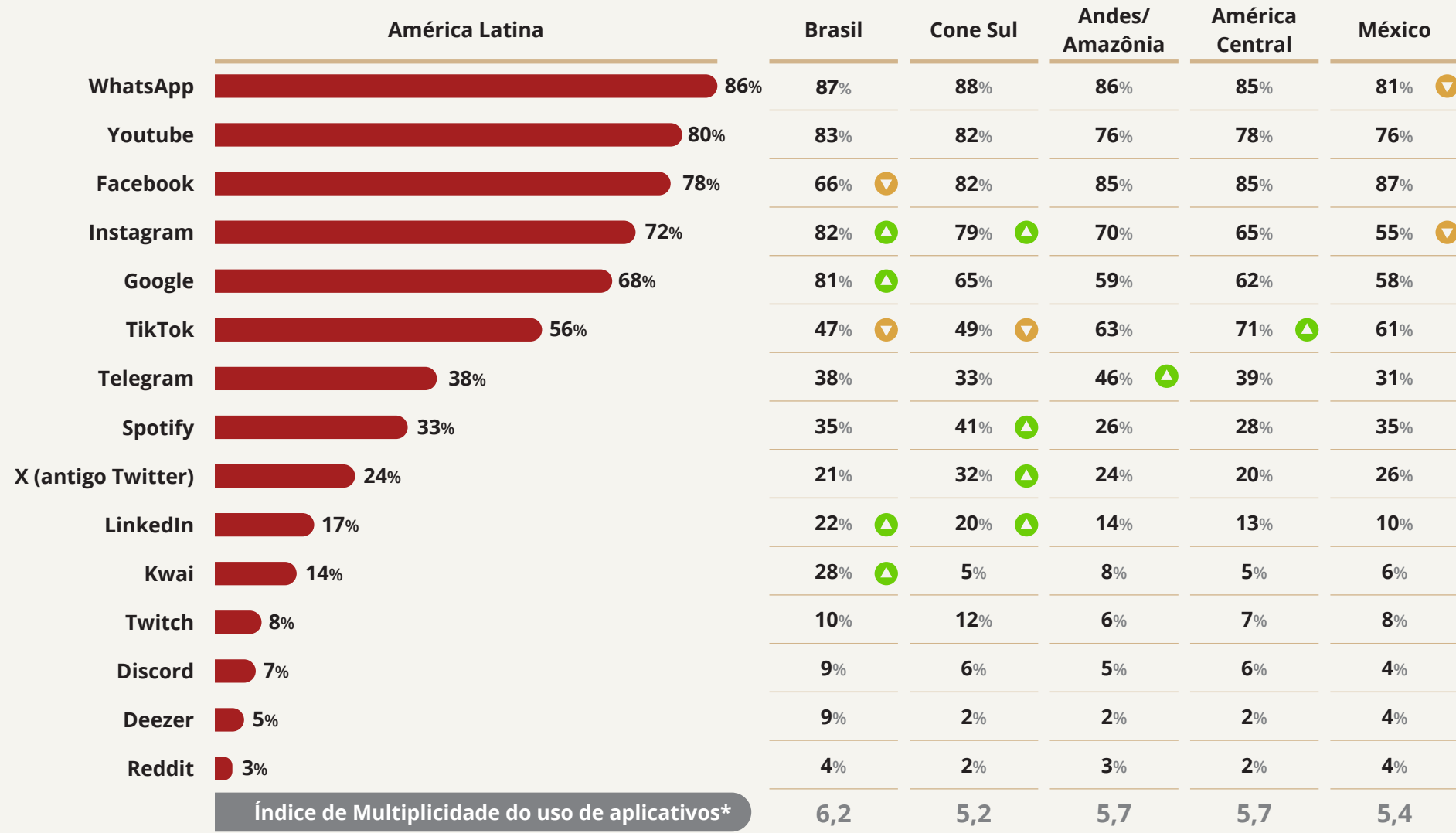
Uso das plataformas na América Latina

Plataformas utilizadas nos últimos 2 meses

	América Latina	Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
WhatsApp	86%	87%	88%	86%	85%	81%
Youtube	80%	83%	82%	76%	78%	76%
Facebook	78%	66%	82%	85%	85%	87%
Instagram	72%	82%	79%	70%	65%	55%
						58%
						61%
						31%
						35%
						26%
LinkedIn	17%	22%	20%	14%	13%	10%
Kwai	14%	28%	5%	8%	5%	6%
Twitch	8%	10%	12%	6%	7%	8%
Discord	7%	9%	6%	5%	6%	4%
Deezer	5%	9%	2%	2%	2%	4%
Reddit	3%	4%	2%	3%	2%	4%
Índice de Multiplicidade do uso de aplicativos*		6,2	5,2	5,7	5,7	5,4

Na América Latina, as plataformas da Meta são as mais utilizadas, com destaque para o **WhatsApp**, seguidas pelas plataformas do Google. O Brasil e o Cone Sul se destacam pelo maior uso do **Youtube**, e a América Central do **TikTok**.

Plataformas utilizadas nos últimos 2 meses



*Índice de Multiplicidade se refere à quantidade média de opções escolhidas pelos respondentes (P Nos últimos dois meses, pensando em plataformas digitais, quais dessas redes ou plataformas você usou? (RM)) sem limite de respostas Base total: 6.065

Busca por informação nas plataformas

Plataformas utilizadas para se informar ou buscar notícias

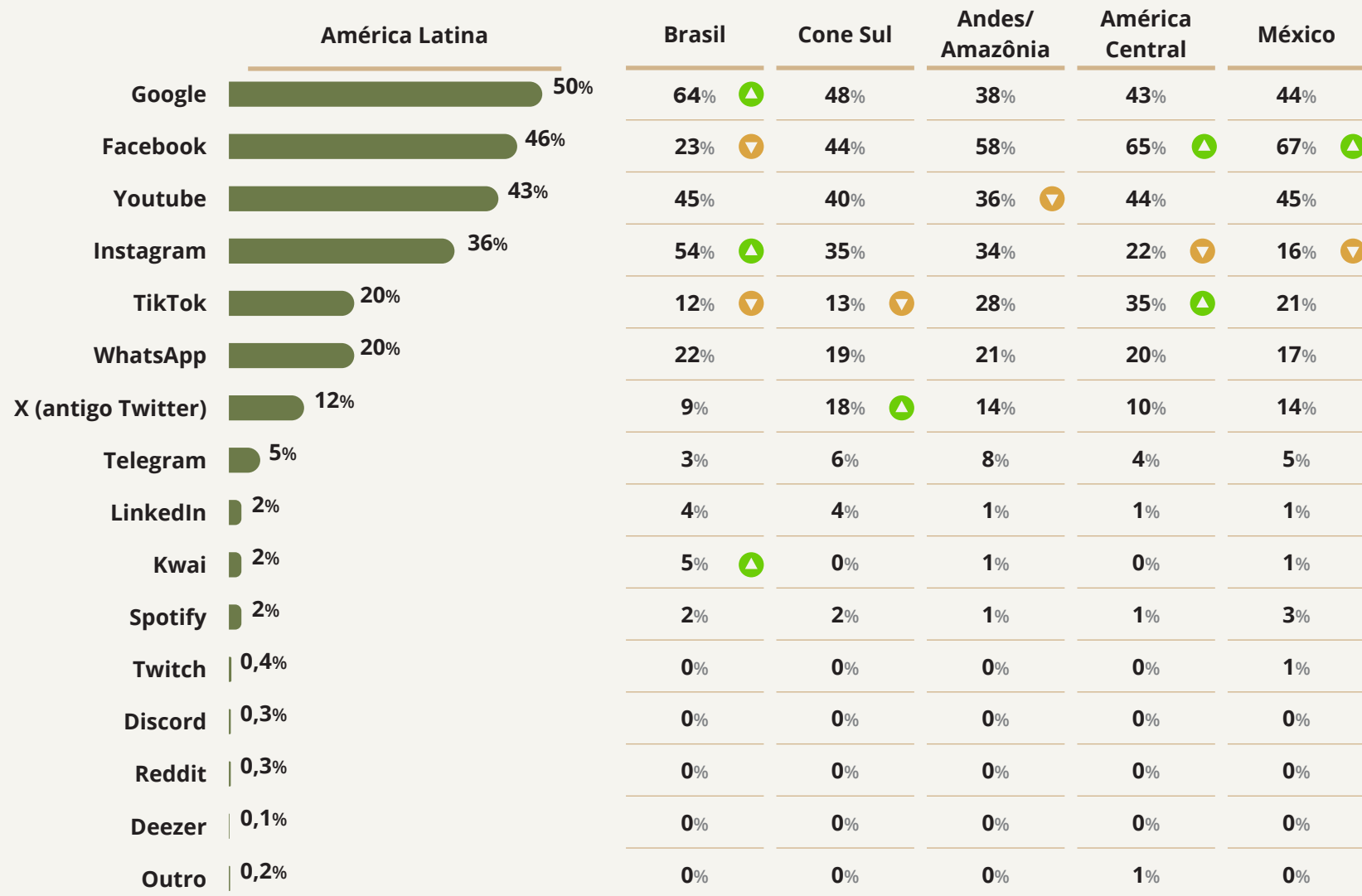
		Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
Google	50%	64% ▲	48%	38%	43%	44%
Facebook	46%	23% ▼	44%	58%	65% ▲	67% ▲
Youtube	43%	45%	40%	36% ▼	44%	45%

Na América Latina, as plataformas mais utilizadas para consumo de notícia divergem significativamente entre agrupamentos territoriais, com predominância do Google e do Instagram no Brasil, enquanto América Andina/Amazônica, América Central e México se destacam pela prevalência do Facebook. Na América Central destaca-se também o uso do TikTok para essa finalidade.

“A veces en TikTok, que muchas veces está como infravalorado, se reciben noticias inmediatas que, como bien dicen, pueden no ser profesionales, pero no hay como esa sensación de que estás viviendo la noticia en el momento en el que está ocurriendo” Homem, 46 anos, México

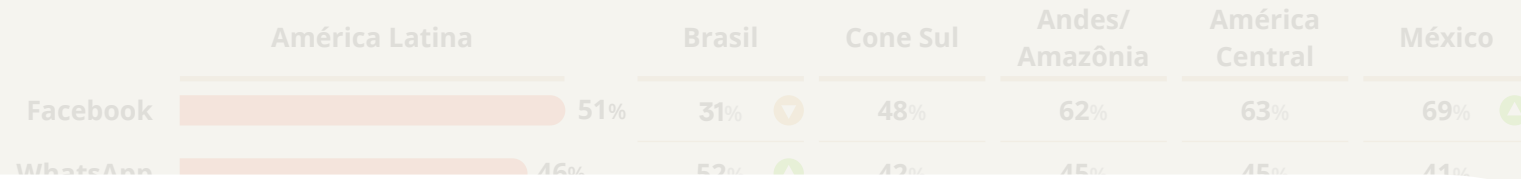
					1%
					3%
					1%
					0%
Reddit	0,3%	0%	0%	0%	0%
Deezer	0,1%	0%	0%	0%	0%
Outro	0,2%	0%	0%	1%	0%

Plataformas utilizadas para se informar ou buscar notícias



Compartilhamento de informação nas plataformas

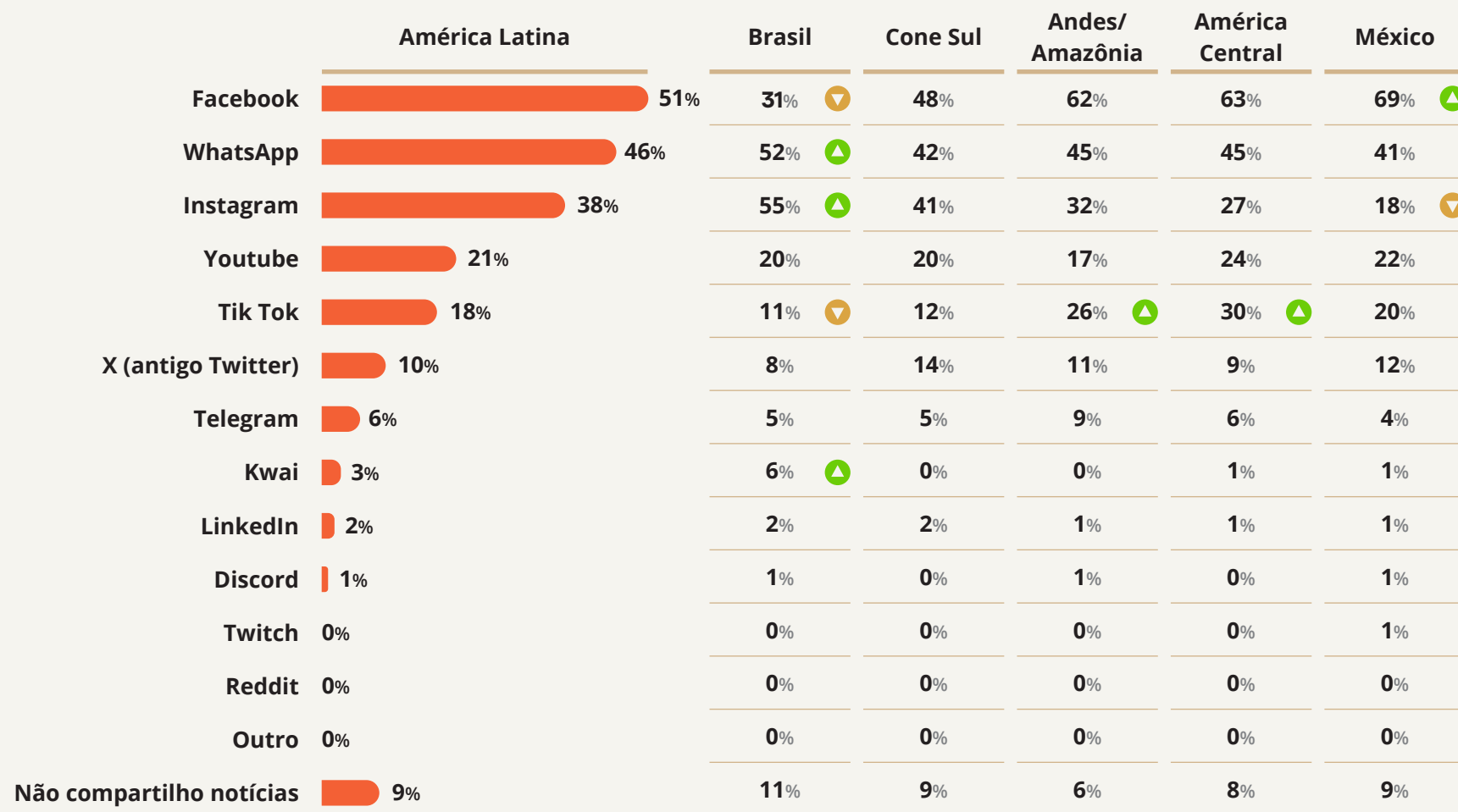
Plataformas utilizadas para compartilhar notícias



A circulação de conteúdo entre plataformas se reflete nos índices de uso distintos quando se trata de compartilhamento (e não consumo) de informação. O Facebook aparece como a plataforma em que as pessoas mais dizem compartilhar notícias na América Latina, com destaque para seu baixo uso no Brasil, onde a taxa é 2 vezes menor do que nos agrupamentos do México, América Central e Andes/Amazônia. No Brasil destaca-se o uso de WhatsApp e Instagram, enquanto na América Central e na América Andina/Amazônia o uso do TikTok para compartilhar notícias é maior que nos outros agrupamentos territoriais.

Reddit	0%	0%	0%	0%	0%
Outro	0%	0%	0%	0%	0%
Não compartilho notícias	9%	11%	9%	6%	8%

Plataformas utilizadas para compartilhar notícias



Dinâmicas de consumo de informação

Como se informam sobre as notícias do dia

Rede social ou app de mensagem

O consumo de informações na América Latina é multimídia e multiplataformas. **7 a cada 10 pessoas na região utilizam diferentes meios para se informar**, buscando informações adicionais em sites, plataformas, tv ou rádio após verem a informação inicialmente em um desses meios. De forma geral, as redes sociais e apps de mensagem destacam-se como principais fontes primárias de informação. No Cone Sul destaca-se um uso mais alto da TV ou rádio como fonte primária de informação do que nos demais agrupamentos.

“ Generalmente al mediodía vemos el noticiero acá [TV] . Y después, digamos, si escuché algo y no escuché una noticia entera, entro directamente a la página [internet] y busco, y leo. Y es así, si no me convence, voy a otro portal de otra página, y así... Siempre hay uno que explica mejor que otro, a alguno le faltó algún detalle o cosa así.” Mulher, 37 anos, Paraguai

Vejo nos sites da internet e procuro em redes sociais 5%

Tenho evitado me informar sobre notícias do dia 3%

	América Latina	Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
Rede social ou app de mensagem	22%	22%	22%	22%	22%	22%
Vejo nos sites da internet e procuro em redes sociais	6%	7%	8%	9%	8%	8%
Tenho evitado me informar sobre notícias do dia	3%	3%	3%	1%	2%	2%

Como se informam sobre as notícias do dia

	América Latina	Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
Rede social ou app de mensagem						
Vejo na rede social ou aplicativo de mensagem e não procuro mais fontes	18%	14%	14% ▼	23%	25% ▲	22%
Vejo na rede social ou app de mensagem e procuro por mais informações em sites na internet	28%	31% ▼	22% ▼	26%	27%	28%
Vejo na rede social ou app de mensagem e procuro por mais informações na TV ou rádio	13%	14%	13%	13%	9%	12%
TV ou rádio						
Vejo na TV ou rádio e não procuro mais fontes	7%	6%	11% ▲	8%	5%	8%
Vejo na TV ou rádio e procuro em sites na internet	12%	15%	20%	9%	10%	8%
Vejo na TV ou rádio e procuro em redes sociais	6%	4%	6%	7%	8%	9%
Sites de Internet						
Vejo nos sites da internet e não procuro mais fontes	4%	3%	4%	4%	5%	3%
Vejo nos sites da internet e procuro na TV ou rádio	4%	5%	4%	4%	4%	4%
Vejo nos sites da internet e procuro em redes sociais	5%	6%	4%	4%	5%	3%
Tenho evitado me informar sobre notícias do dia	3%	3%	3%	3%	1%	2%

Visão sobre tratamento de temas relevantes nas mídias

Percepção de circulação de notícias falsas ou desinformação sobre temas em todas as mídias

América Latina

Brasil

Cone Sul

Andes/
Amazônia

América
Central

México

Existe uma **desconfiança generalizada com relação a informações que circulam em todas as mídias**. Mais da metade dos respondentes afirma que, das notícias que circulam sobre as mais variadas temáticas, todas ou grande parte delas são falsas. Esse cenário só muda quando a informação diz respeito à vida de pessoas comuns ou conhecidas, que se destacam pela maior proximidade. No Brasil, destacam-se os temas das eleições, com uma maior percepção de que tudo ou quase tudo que circula é desinformação.

“ Me parece que [seguridad publica] es un tema tan manchado hoy en día con el narcotráfico y la inseguridad, con el tema de los políticos y el dinero que se mueve durante eso, y los grupos de poder que están mezclados y conectados, que se me hace muy difícil poder discernir hoy entre lo que es una noticia real o falsa en un portal de noticias o en algo así.” Homem, 40 anos, Argentina

11%

11%

14%

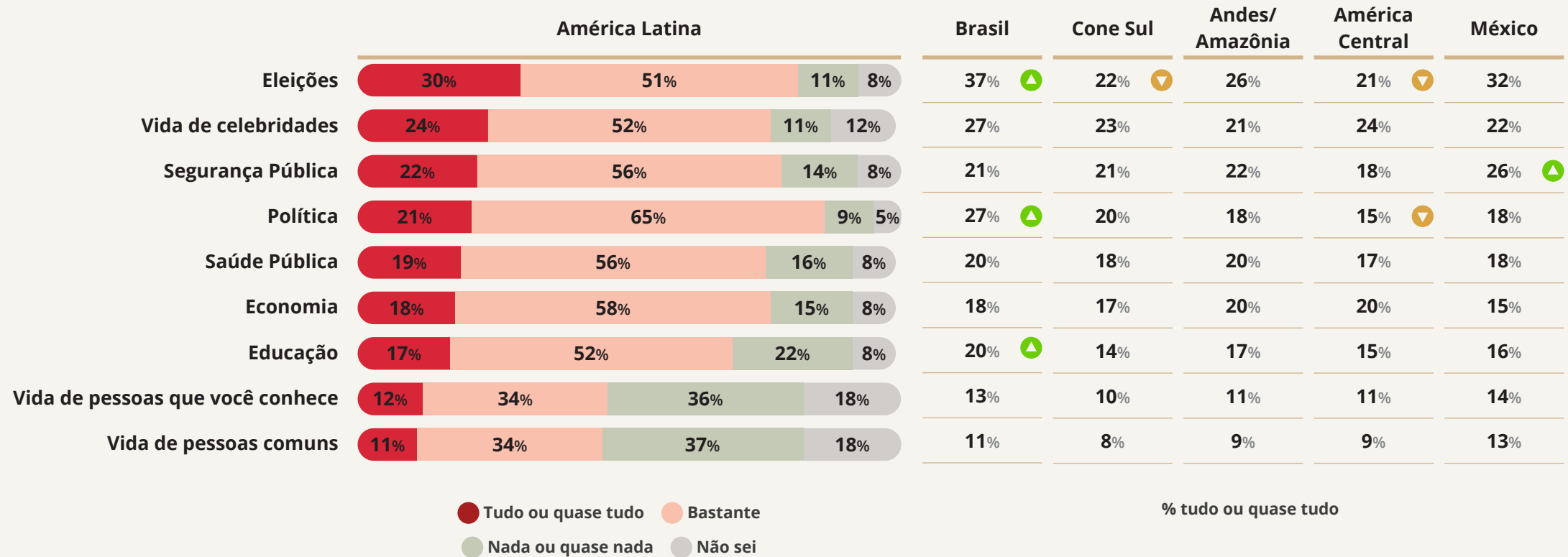
9%

9%

13%

tudo ou quase tudo

Percepção de circulação de notícias falsas ou desinformação sobre temas em todas as mídias

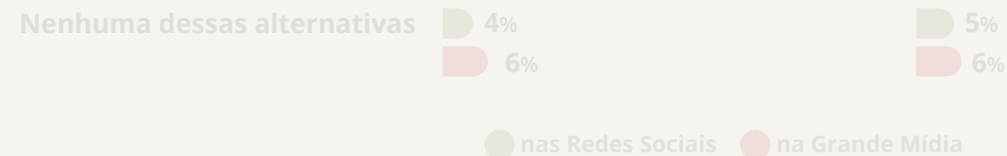


Visão sobre tratamento de temas relevantes nas mídias

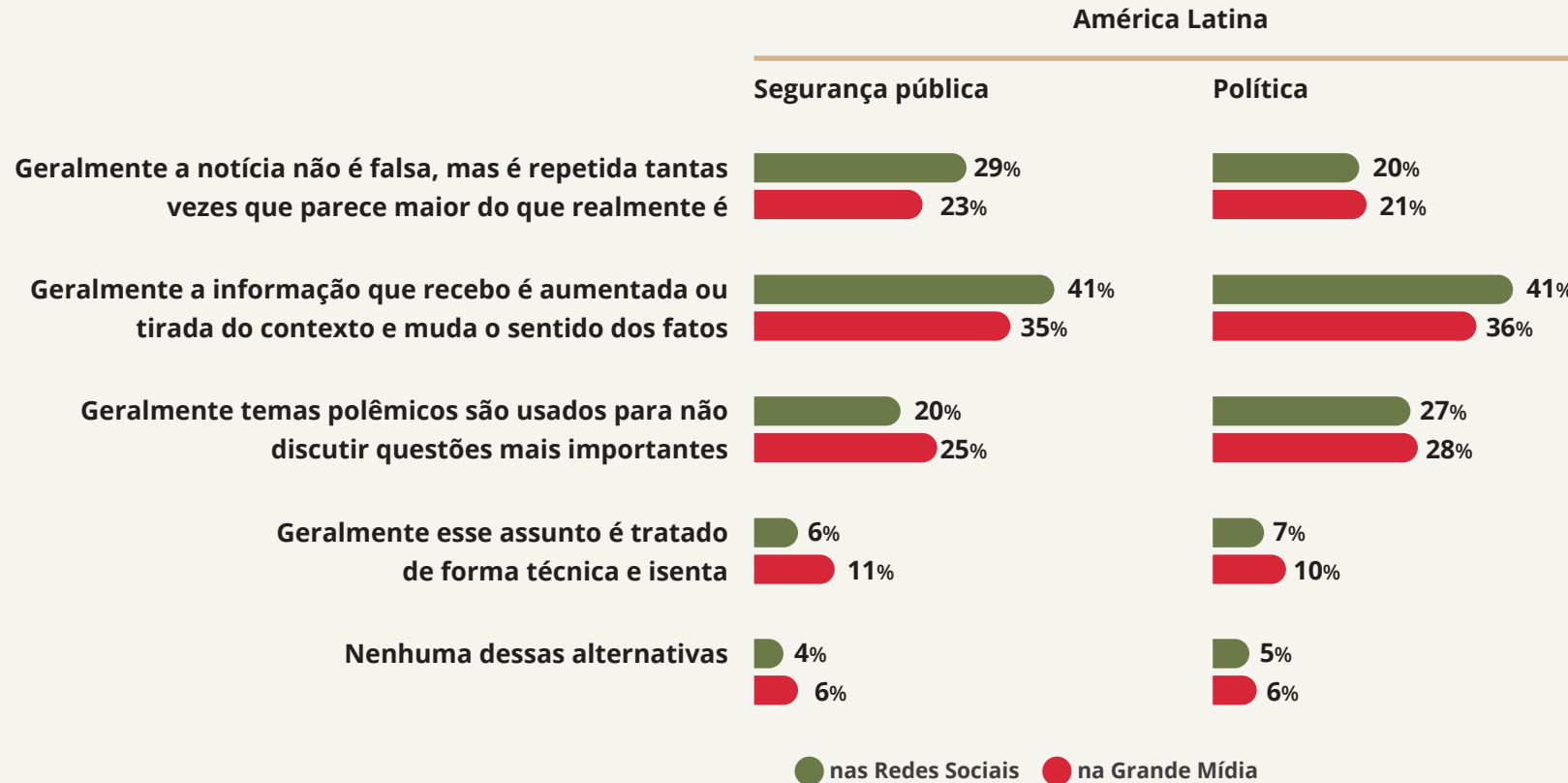
Percepção em relação à abordagem das mídias sobre:

América Latina

Muito além de uma questão de veracidade ou falsidade, a **desconfiança** apontada pelos respondentes é **construída pela percepção de distintas formas de que há distorções na circulação dessas informações**. Em relação ao tema segurança pública, em toda América Latina a maioria afirma que as informações que recebem são **exageradas ou tiradas de contexto**, ou repetidas tantas vezes que alteram o sentido ou peso dos fatos. Uma percepção que é maior nas redes sociais em comparação com a grande mídia. Quando o tema é política, cresce a percepção de uso de **cortina de fumaça** tanto na grande mídia quanto nas redes sociais.



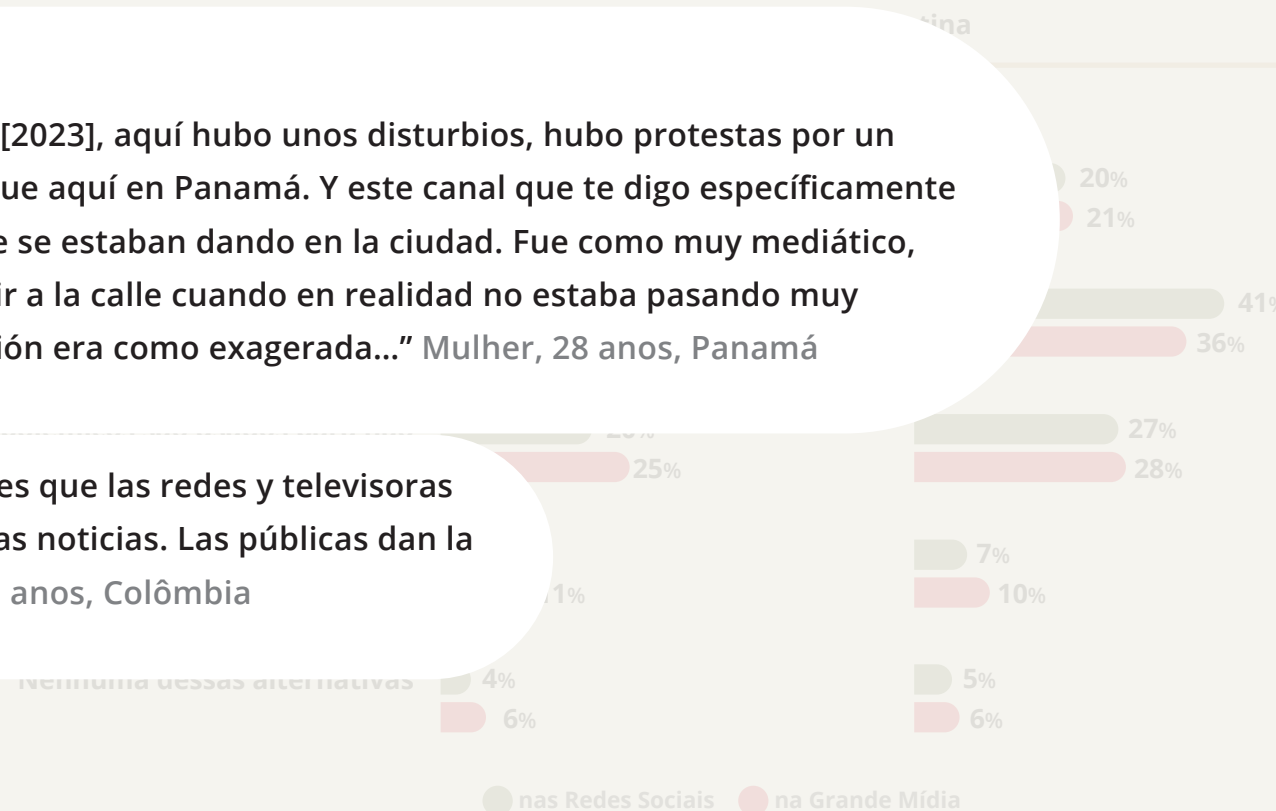
Percepção em relação à abordagem das mídias sobre:



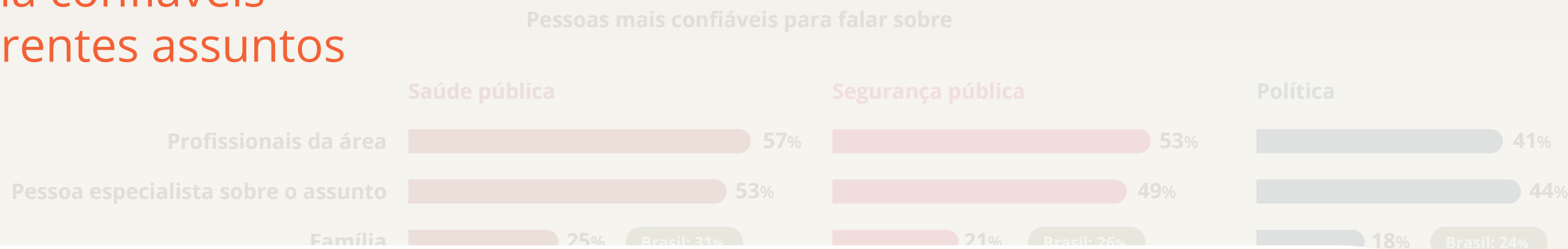
Percepção em relação à abordagem das mídias sobre:

“ El mes de noviembre del año passado [2023], aquí hubo unos disturbios, hubo protestas por un contrato que se firmó por la minería que aquí en Panamá. Y este canal que te digo específicamente fue desinformación de los eventos que se estaban dando en la ciudad. Fue como muy mediático, como para llamar más a la gente a salir a la calle cuando en realidad no estaba pasando muy grande el problema. Pero su información era como exagerada...” Mulher, 28 anos, Panamá

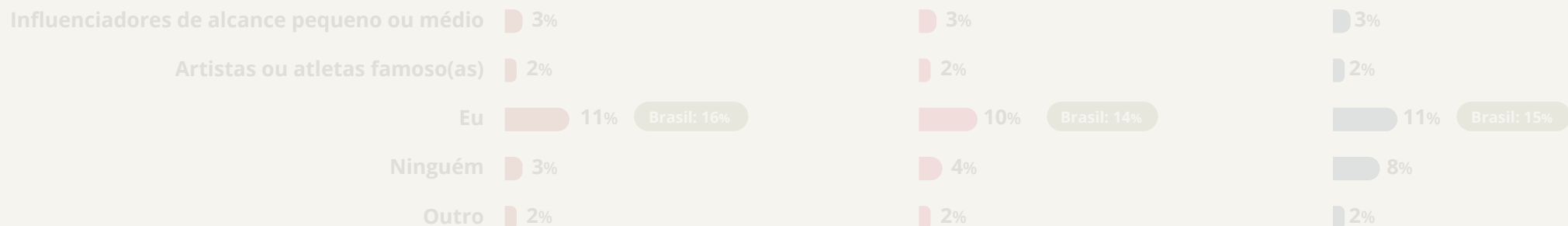
“ Básicamente lo que pasa en este país es que las redes y televisoras privadas tienden a exagerar un poco las noticias. Las públicas dan la información más concisa.” Homem, 49 anos, Colômbia



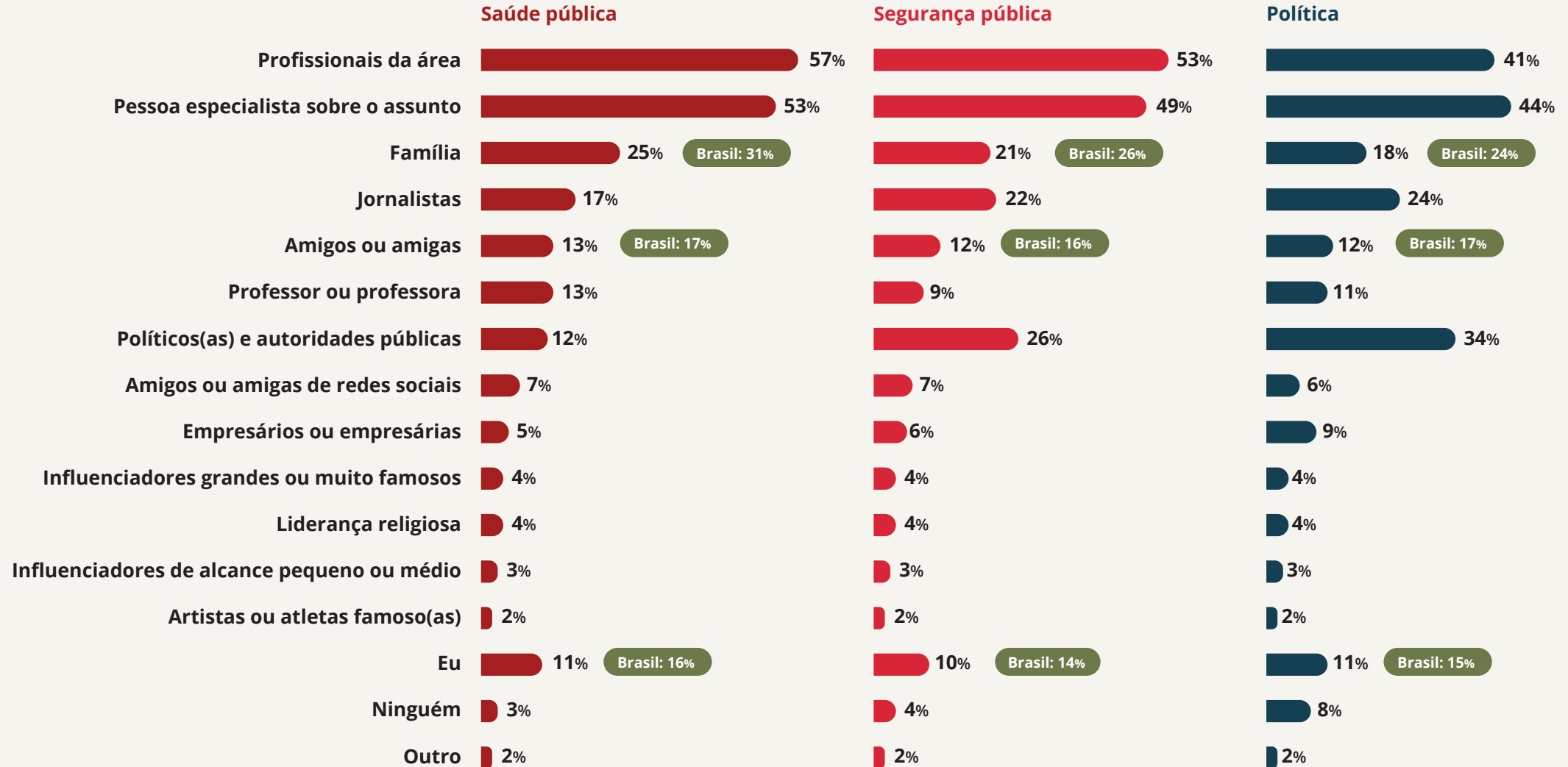
Referência confiáveis para diferentes assuntos



Em geral, profissionais da área e especialistas são vistos como mais confiáveis para falar sobre os temas de Segurança Pública, Política e Saúde Pública. O Brasil destaca-se por apresentar índices maiores de confiança em pessoas mais próximas, como família e amigos. Chama atenção a valorização da própria percepção sobre os temas, com cerca de 1 a cada 10 afirmando que considera a si mesmo como confiável para falar sobre os temas, uma taxa que é significativamente maior no Brasil, com cerca de 1,5 a cada 10 apontando a si mesmo como fonte confiável.



Pessoas mais confiáveis para falar sobre



Hábitos de consumo de informação

tro
opiniões diferentes da mídia tradicional

9%

Nas plataformas e redes sociais eu mesmo posso confirmar se uma notícia é verdadeira

Gosto de me informar pelas plataformas e redes sociais porque as notícias chegam mais rápido

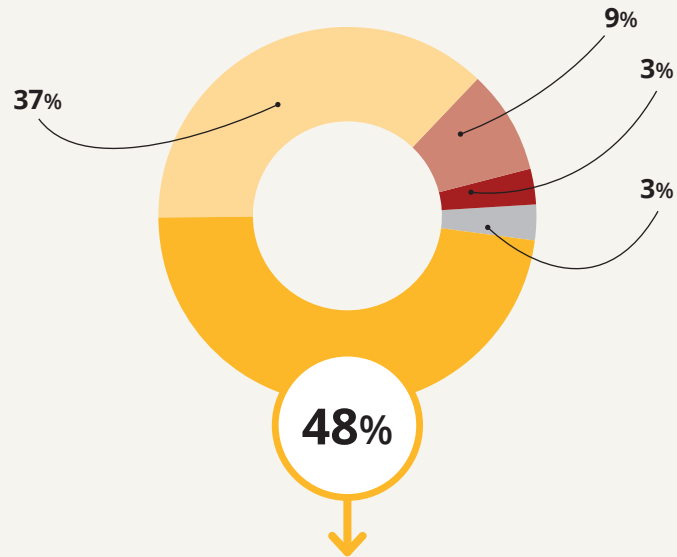
Velocidade, autonomia e acesso a perspectivas alternativas são vistas por usuários como diferenciais que **favorecem o consumo de informação em plataformas online**. 5 a cada 10 pessoas na América Latina afirmam preferir se informar pelas plataformas online, pois acreditam que as informações chegam mais rápido por esse meio. À sensação de rapidez soma-se a percepção de maior autonomia na busca e consumo de informação, **com 7 a cada 10 pessoas concordando total ou parcialmente que as plataformas são ferramentas que lhes permitem verificar a veracidade de uma notícia**. Por meio delas, 8 a cada 10 afirmam que podem encontrar opiniões não expressas na mídia tradicional.

“ Los medios tradicionales [TV / radio] son meramente tú retroalimentarte de la información que te están dando, pero no puedes reaccionar en el momento sobre lo que te están diciendo. La **ventaja que tienen las redes sociales** es que tú en inmediato que recibes algo, tú puedes reaccionar a la información que está recibiendo.” Homem, 61 anos, Porto Rico

Concordo totalmente Concordo em parte Discordo em parte Discordo totalmente Não sei

Concordo totalmente			
Cone Sul	Andes/Amazônia	América Central	México
45% 	53%	58% 	48%

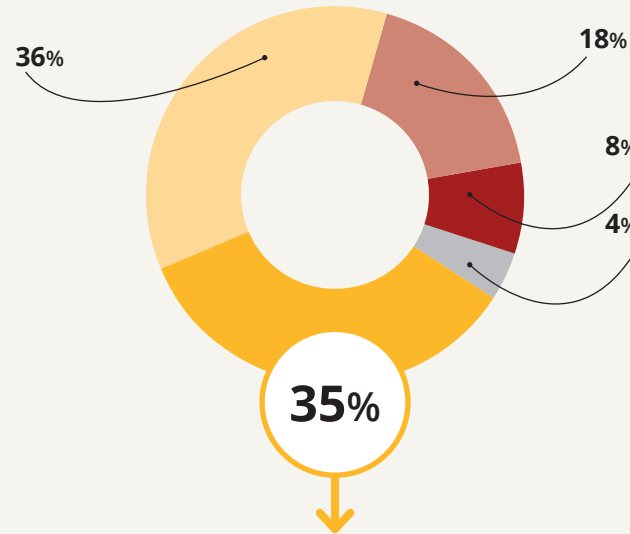
Nas plataformas e redes sociais encontro opiniões diferentes da mídia tradicional



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
47%	43% ▼	47%	54% ▲	49%

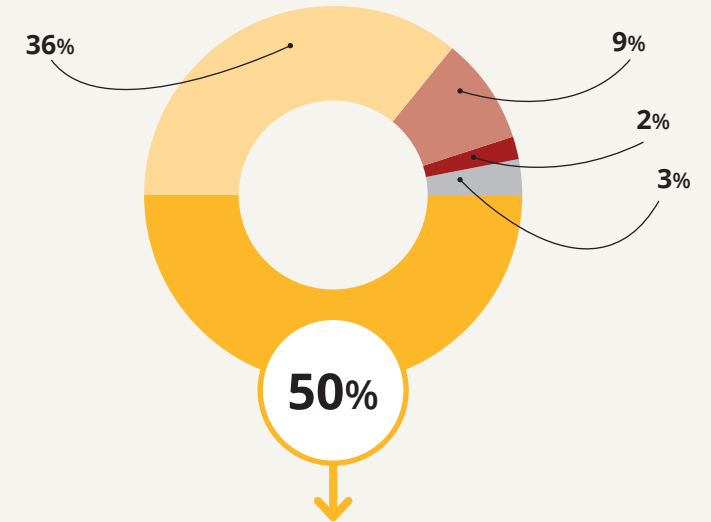
Nas plataformas e redes sociais eu mesmo posso confirmar se uma notícia é verdadeira



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
32%	32%	37%	39%	37%

Gosto de me informar pelas plataformas e redes sociais porque as notícias chegam mais rápido

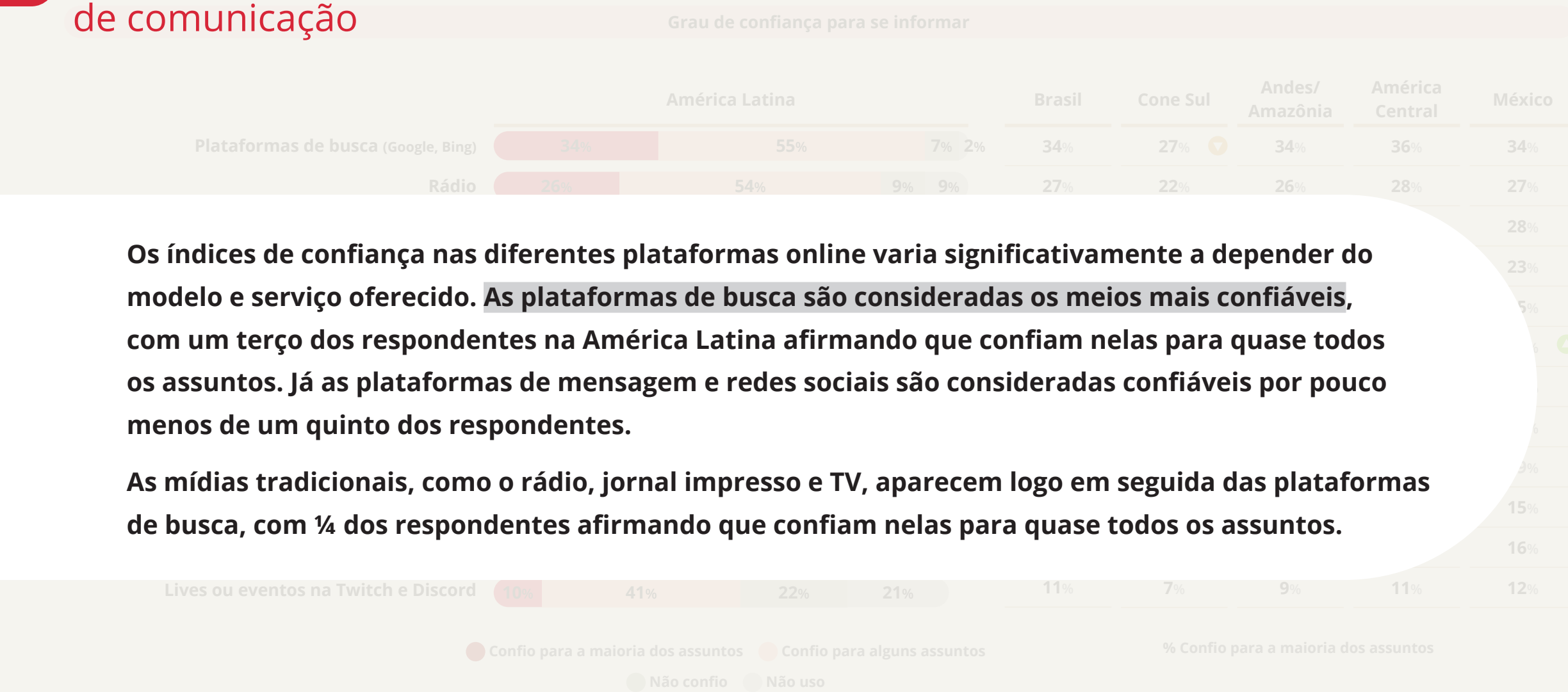


Concordo totalmente

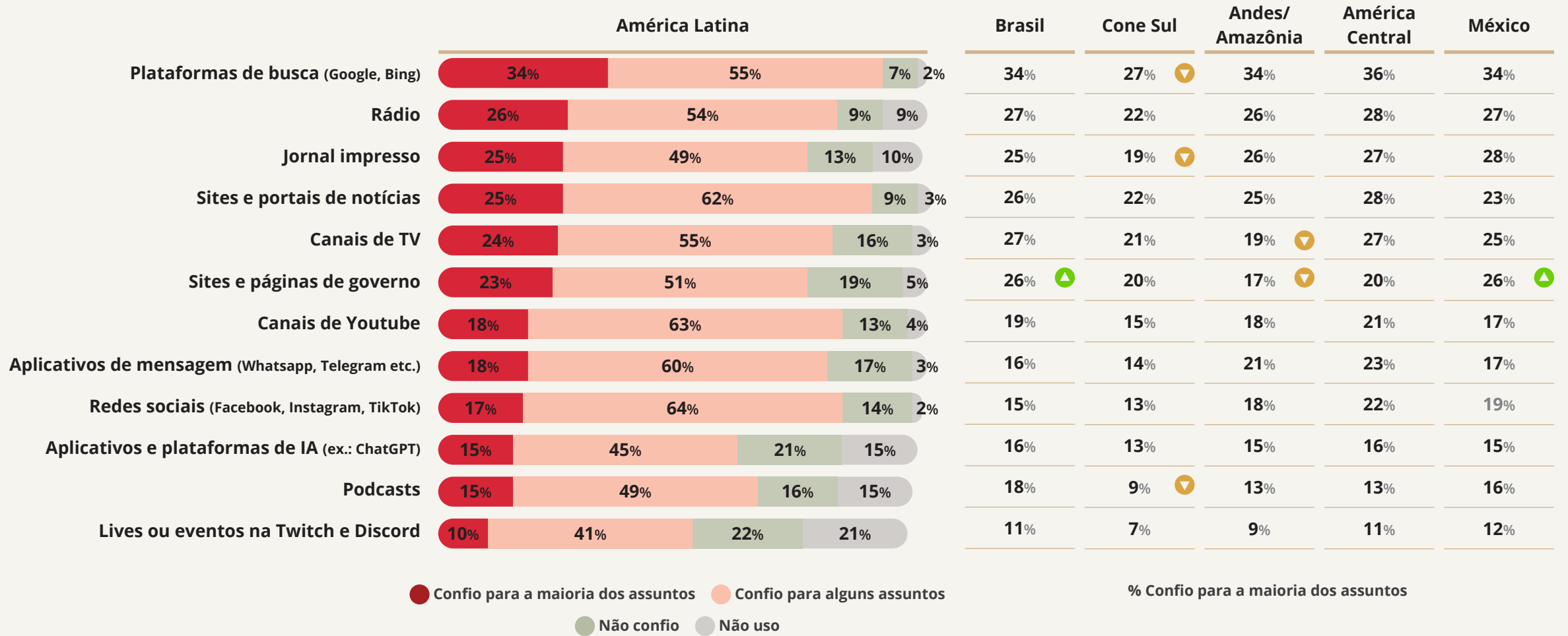
Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
48%	45% ▼	53%	58% ▲	48%

● Concordo totalmente ● Concordo em parte ● Discordo em parte ● Discordo totalmente ● Não sei

Confiança nos meios de comunicação



Grau de confiança para se informar



Confiança nos meios de comunicação

Grau de confiança para se informar

América Latina

Brasil

Cone Sul

Andes/
AmazôniaAmérica
Central

México

Ainda que uma parcela significativa das pessoas mencionem os meios ditos tradicionais (como TV e rádio) como mais confiáveis, há quem confie especialmente nos meios digitais por conterem informações que não são divulgadas nos noticiários das grandes mídias.

“ Los medios tradicionales, te puedo decir, pues la prensa escrita, revistas, noticiarios, televisión. [...] Para mí, la que es tradicional, como es una información escrita, tiene mayor peso en cuestión de la veracidad de lo que se está diciendo” Homem, 61 anos, Porto Rico

“ De hecho, en este momento, por medio de las plataformas [digitales], nos damos cuenta de la información verdadera, que muchas veces los noticieros no dan.” Mulher, 52 anos, Costa Rica

34%	36%	34%
28%	27%	27%
28%	23%	25%
19%	27%	25%
20%	17%	20%
15%	18%	21%
14%	21%	23%
13%	18%	22%
16%	15%	15%
18%	9%	13%
11%	7%	9%
11%	11%	12%

● Confio para a maioria dos assuntos ● Confio para alguns assuntos
● Não confio ● Não uso

% Confio para a maioria dos assuntos

Comportamento nas redes

Costumo repassar notícias que considero informação de utilidade pública

Gosto de repassar notícias interessantes sobre assuntos do momento na política

A relevância, utilidade e urgência percebidas em uma informação influenciam na decisão de se repassar ela para frente ou não. Informações consideradas de utilidade pública são amplamente compartilhadas em toda a América Latina, com mais de 7 a cada 10 reconhecendo em algum grau ter esse hábito. Já quando a informação diz respeito a um assunto do momento na política, esse hábito é aditado em algum grau por 6 a cada 10 dos respondentes.

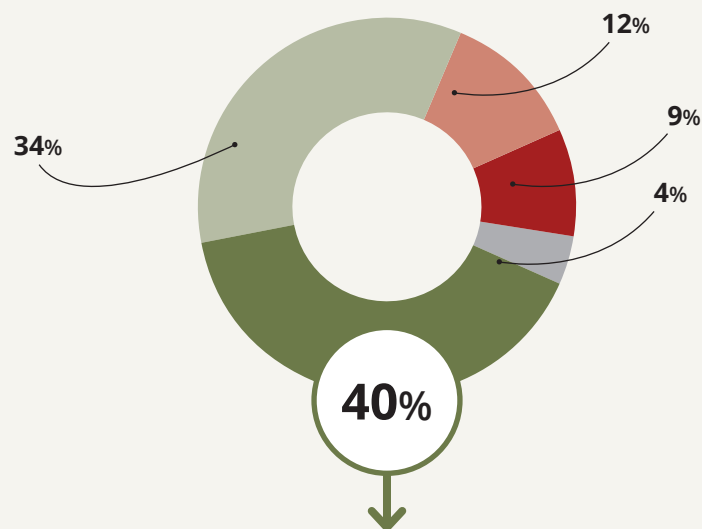
“Acá es muy común que haya determinadas medidas sanitarias por el dengue, por la fumigación para el mosco para prevenir el dengue y otras enfermedades porque zona tropical. Entonces ese tipo de información normalmente la compartimos mi esposa y yo por Whatsapp o por Twitter en grupos específicos locales” Homem, 46 anos, México

Concordo totalmente

	América do Sul	Andes/Amazônia	América Central	México
	27%	24%	29%	26%

Concordo totalmente
Concordo em parte
Discordo em parte
Discordo totalmente
Não sei

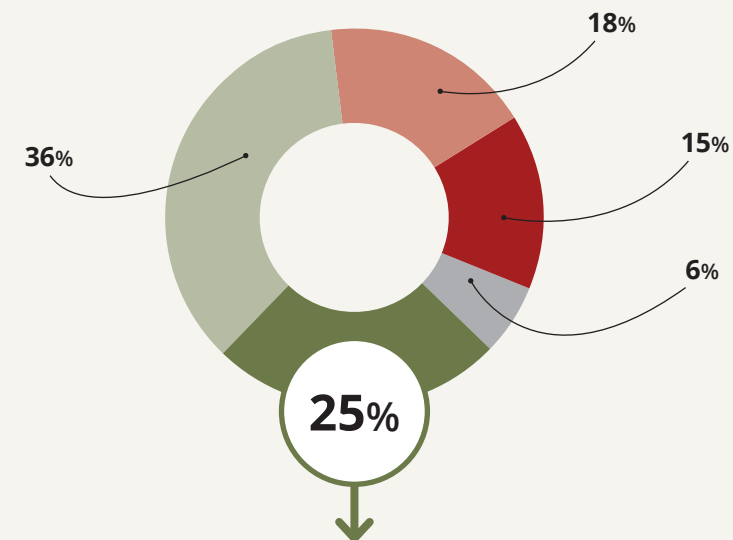
**Costumo repassar notícias que considero
informação de utilidade pública**



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
40%	40%	41%	47% ▲	37%

**Gosto de repassar notícias interessantes
sobre assuntos do momento na política**



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
23%	27%	24%	29%	26%

● Concordo totalmente
 ● Concordo em parte
 ● Discordo em parte
 ● Discordo totalmente
 ● Não sei

Estratégias de verificação

Não compartilham notícias ou postagens que são rotuladas por plataformas como notícias falsas ou manipuladas

6%
3%

Costumo olhar comentários de postagens como forma de checar a veracidade de informações publicadas

11%

Os mecanismos de alerta de notícias falsas ou manipuladas das plataformas são eficientes

21%

9%

11%

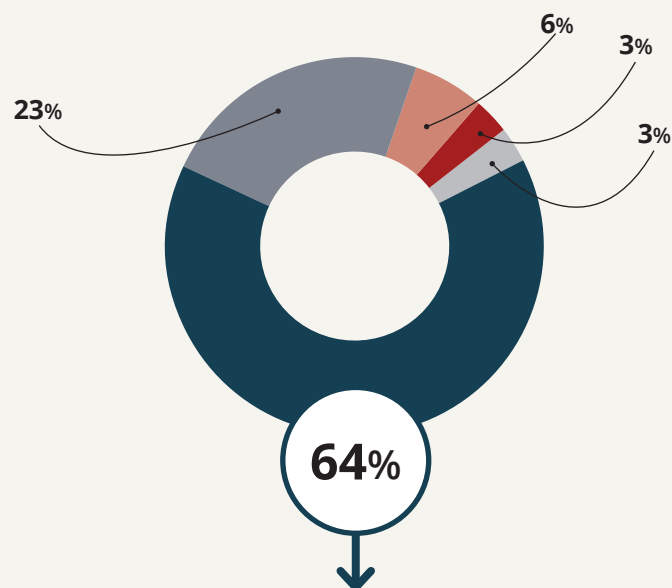
Usuários valorizam a facilidade de acesso à informação que permite verificar a veracidade do conteúdo no próprio contexto. A presença de rótulos de checagem evita que as pessoas compartilhem conteúdos desinformativos, com quase dois terços dos respondentes afirmando não compartilhar conteúdo que tenha rotulado como falso pelas plataformas. Para além dos rótulos, os comentários de uma publicação também são usados como mecanismo de checagem, comportamento adotado ao menos em parte por 8 a cada 10 respondentes. Chama atenção que a valorização dos rótulos de checagem não se reflita diretamente na percepção de sua eficiência, o que é em parte explicado por uma presença ainda considerada insuficiente.

Insuficiente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México	Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México	Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
70%	60%	60%	65%	58%	43%	38%	41%	46%	38%	19%	15%	18%	21%	21%

● Concordo totalmente ● Concordo em parte ● Discordo em parte ● Discordo totalmente ● Não sei

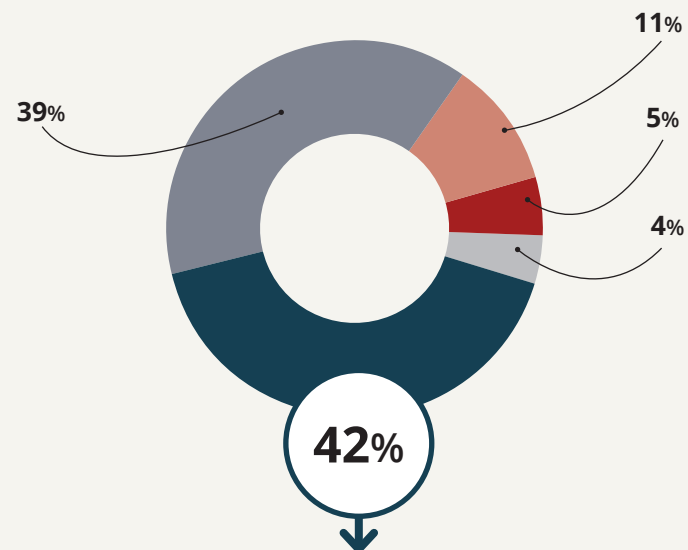
Não compartilho notícias ou postagens que são rotuladas publicamente pelas plataformas como notícias falsas ou manipuladas



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
70%	60%	60%	65%	58% ▼

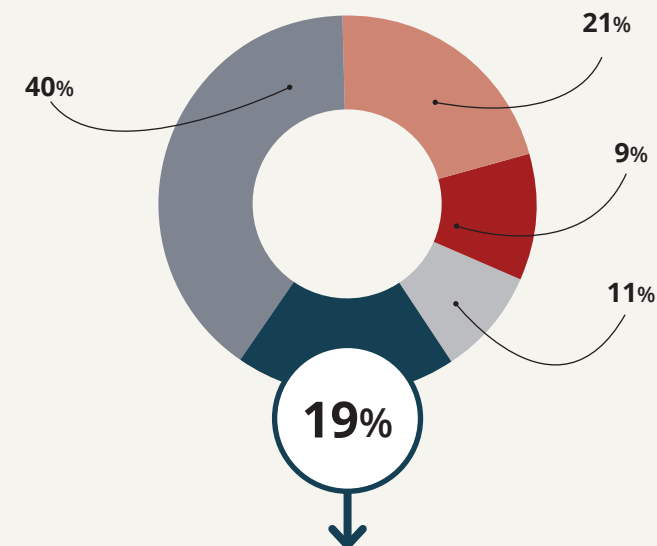
Costumo olhar comentários de postagens como forma de checar a veracidade de informações publicadas



Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
43%	38% ▼	41%	46%	38% ▼

Os mecanismos de alerta de notícias falsas ou manipuladas das plataformas são eficientes



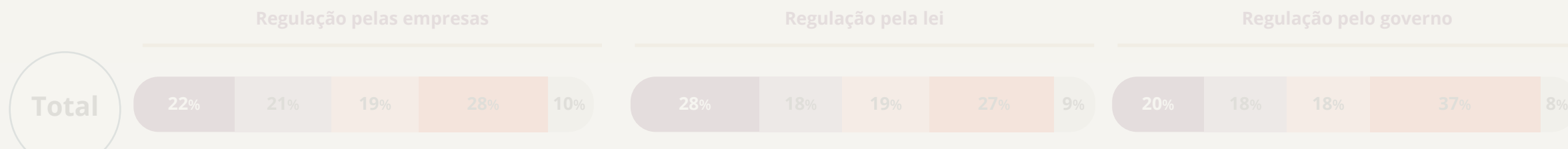
Concordo totalmente

Brasil	Cone Sul	Andes/ Amazônia	América Central	México
19%	15% ▼	18%	21% ▲	21%

● Concordo totalmente ● Concordo em parte ● Discordo em parte ● Discordo totalmente ● Não sei

Regulação das plataformas por posicionamento político

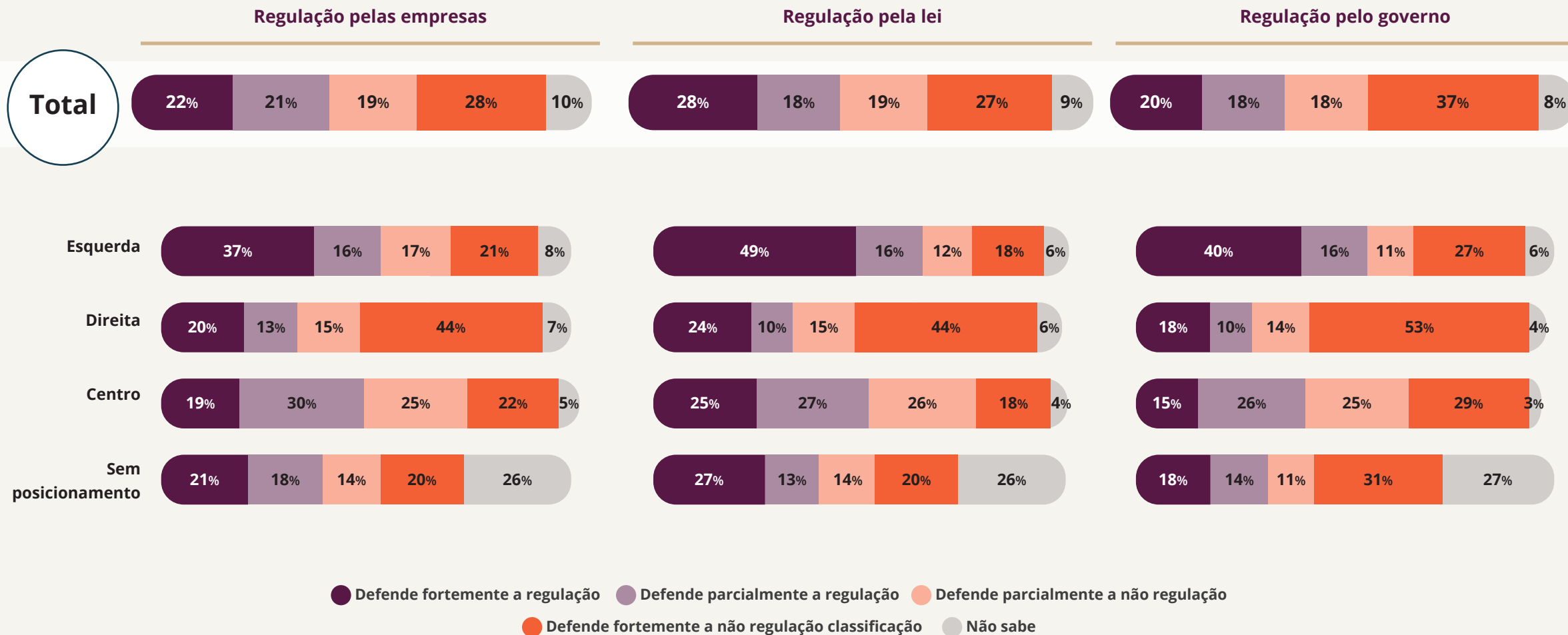
Regulação das plataformas por posicionamento político



4 a cada 10 pessoas na América Latina defende alguma forma de regulação das plataformas, tema que apresenta divergências significativas entre os posicionamentos políticos. Pessoas que se declaram de esquerda defendem todos os tipos de regulação mais do que todos os outros, especialmente a regulação por lei. Por outro lado, a maioria das pessoas de direita defende a não regulação em todos os cenários, rejeitando especialmente a regulação pelo governo. Cerca de metade das pessoas de centro defende algum tipo de regulação, especialmente por lei ou pelas empresas, mas a rejeição aumenta quando consideram a regulação pelo governo.

● Defende fortemente a regulação ● Defende parcialmente a regulação ● Defende parcialmente a não regulação
 ● Defende fortemente a não regulação classificação ● Não sabe

Regulação das plataformas por posicionamento político



P Pensando no seu posicionamento em relação a regulação das redes sociais, onde você se classifica entre 1 e 10, sendo 1 a defesa total da regulação das redes sociais por lei e 10 a defesa total da não regulação das redes sociais por lei? (RU) Base total: 6.065

P Pensando em sua posição política, onde você se classifica entre direita e esquerda, sendo 1 totalmente à esquerda e 10 totalmente à direita? (RU) Base Esquerda: 784 | Base Centro: 2230 | Base Direita: 1925 | Base Não sabe: 1126

Como citar este relatório:

INTERNETLAB; REDE CONHECIMENTO SOCIAL.
Vetores e implicações da Desordem informacional
na América Latina.2025.
São Paulo, 2025.

Organizadores:

Associação InternetLab de Pesquisa
 em Direito e Tecnologia
www.internetlab.org.br

Rede Conhecimento Social
conhecimentosocial.org

Conselho da pesquisa:

Nina Santos, João Guilherme dos Santos,
 Camila Rocha, Javier Pallero, Paz Peña,
 Catalina Moreno, Juan Manuel Casanueva,
 Ana Lucia Lima

Autores:



Fernanda Império, Marisa Villi, Fabio Barcelos,
 Igor Andrade, Ana Rita Sbragia, Caroline França

INTERNETLAB

Heloisa Massaro, Ester Borges

Projeto Gráfico:

Joana Resek

Apoio:

Essa pesquisa foi realizada com o apoio do
 International Development Research Centre,
 Ottawa, Canadá. As opiniões aqui expressas não
 representam necessariamente a opinião do IDRC ou
 de seus representantes



Canada