



PAINEL TIC

INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

Coletiva de Imprensa

10 de Abril de 2026

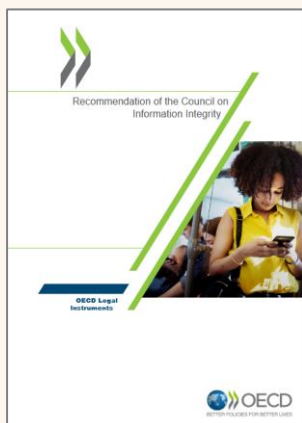
cetic.br nic.br cgi.br

PAINEL TIC - INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

Referencial conceitual

“ A **integridade da informação** é resultado de um ambiente informacional que promove o acesso a fontes de informação precisas, confiáveis, plurais e baseadas em evidências, e que permite que indivíduos sejam expostos a ideias diversas, façam escolhas informadas e exerçam melhor seus direitos (OCDE, 2024). ”

- **Confiança** no ecossistema informacional e **resiliência** da sociedade para lidar com perturbações ou ações manipulativas
- **Incentivos saudáveis** por parte das empresas e modelos de negócios guiados pelos direitos humanos
- **Capacitação** para que as pessoas tenham controle sobre a sua experiência *online* e possam tomar decisões informadas
- **Meios de comunicação independentes, livres e plurais**
- **Transparência e pesquisa**



Recomendação da OCDE sobre Integridade da Informação

(OCDE, 2024)



Princípios Globais das Nações Unidas para a Integridade da Informação

(ONU, 2024)



Diretrizes para a governança das plataformas digitais da UNESCO

(UNESCO, 2023)

PAINEL TIC - INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

Objetivo, grupo de especialistas e referências



OBJETIVO

Medir as práticas de acesso e verificação de informação dos usuários de Internet brasileiros, as suas percepções acerca do ecossistema informacional do país e a resiliência para lidar com informações falsas e/ou enganosas que circulam na Internet.

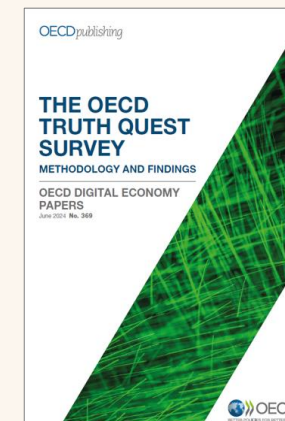


GRUPO DE ESPECIALISTAS

- » Governo
- » Academia
- » Setor privado
- » Organizações da sociedade civil
- » Institutos de pesquisa
- » Organizações internacionais



PRINCIPAIS REFERÊNCIAS



- » *OCDE Truth Quest Survey*
- » Eurostat
- » StatCan
- » Unesco/Ipsos survey
- » Pew Research Center
- » Reuters Institute for the Study of Journalism
- » InternetLab/Rede Conhecimento Social

PAINEL TIC: INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

Metodologia, coleta de dados e indicadores



POPULAÇÃO-ALVO

Usuários de Internet de 16 anos ou mais



ABRANGÊNCIA

Nacional



AMOSTRA

5.250 usuários de Internet



COLETA DE DADOS

Painel — CAWI



PERÍODO DE COLETA

Agosto a setembro de 2025

MÓDULOS DA PESQUISA

A. ACESSO À INFORMAÇÃO

Práticas de acesso à informação
Uso de redes sociais/apps de mensagem
Consumo de notícias
Uso de Inteligência Artificial Generativa

B. PERCEPÇÕES E CONFIANÇA

Desconfiança em relação a fontes
Engajamento com informações
Motivos para confiar em informações

C. PRÁTICAS DE VERIFICAÇÃO

Motivos, contextos e situações de checagem
Práticas e configurações em redes sociais

D. HABILIDADES

Habilidades digitais
Confiança na própria capacidade de identificar informações falsas ou enganosas na Internet
Habilidades críticas de uso da Internet
Capacidade de identificar corretamente informações verdadeiras e falsas na Internet

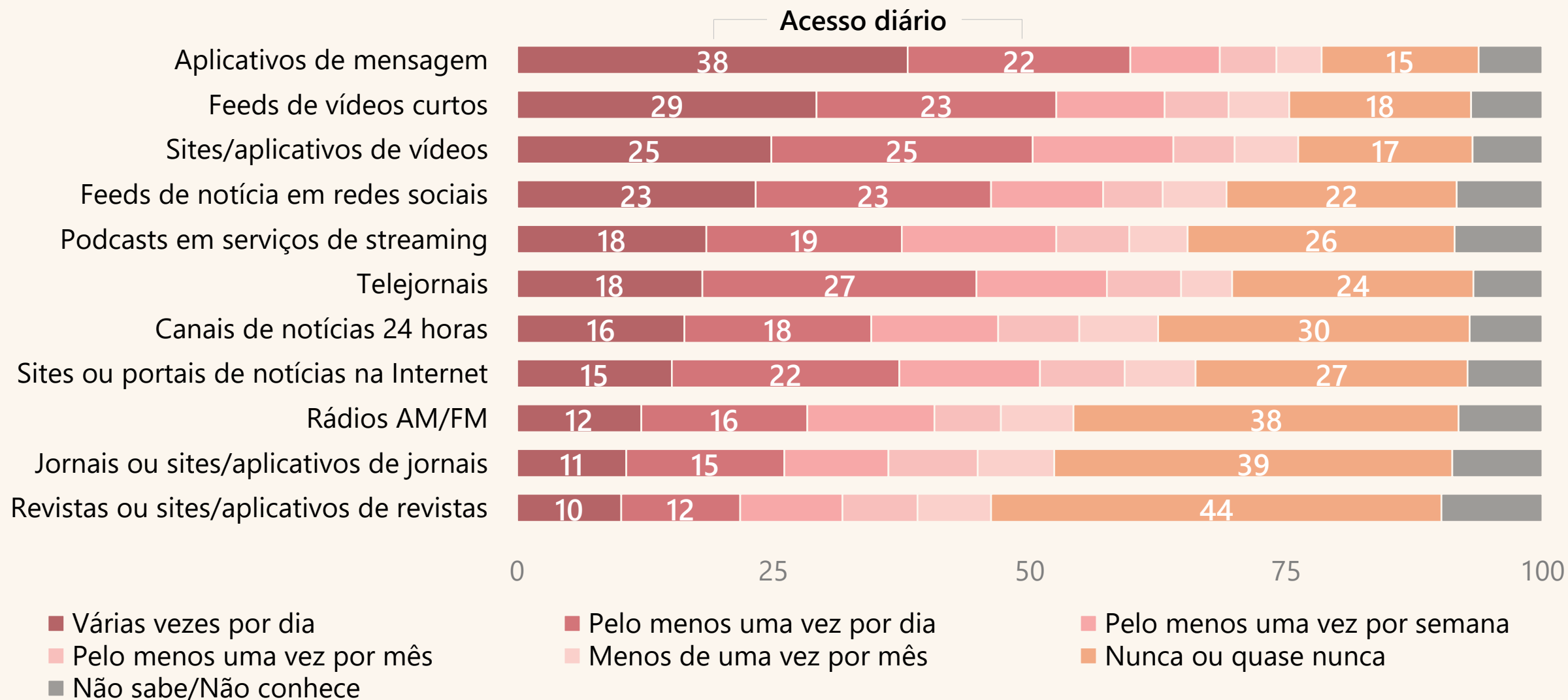
PAINEL TIC - INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO RESULTADOS

**MÓDULO A
ACESSO À
INFORMAÇÃO**

FREQUÊNCIA DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

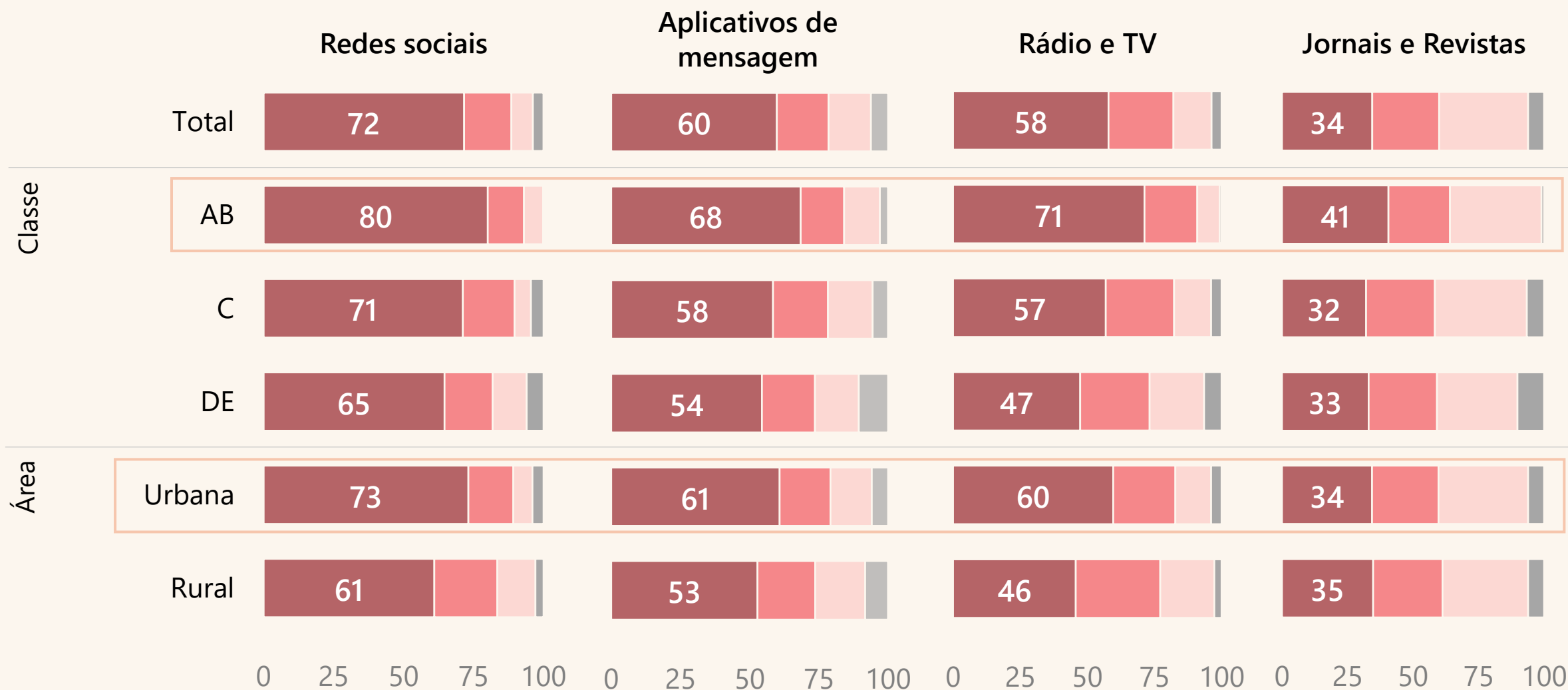
Com que frequência você **recebe, procura ou vê** informações em:



CATEGORIAS DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

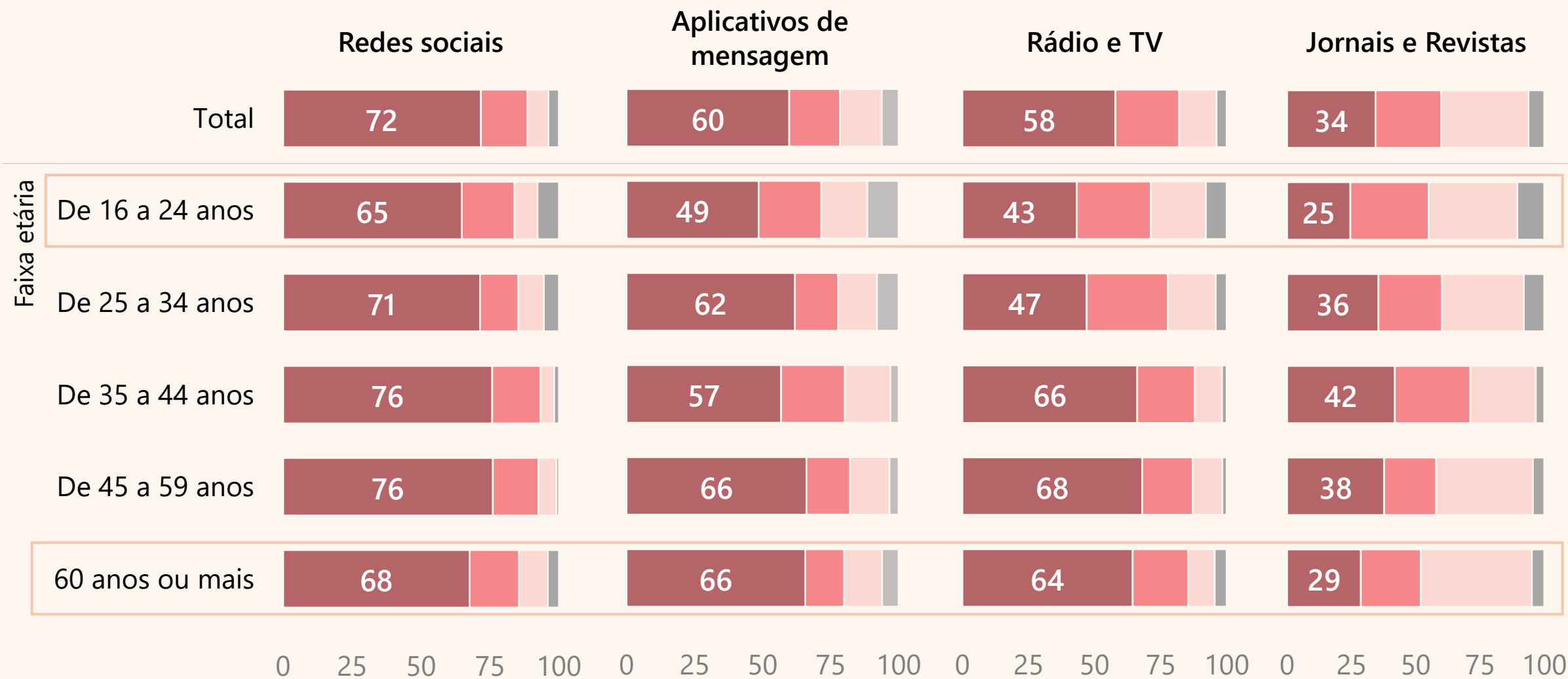
■ Todos os dias ■ Menos que uma vez por dia ■ Nunca ou quase nunca ■ Não sabe/Não conhece



CATEGORIAS DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

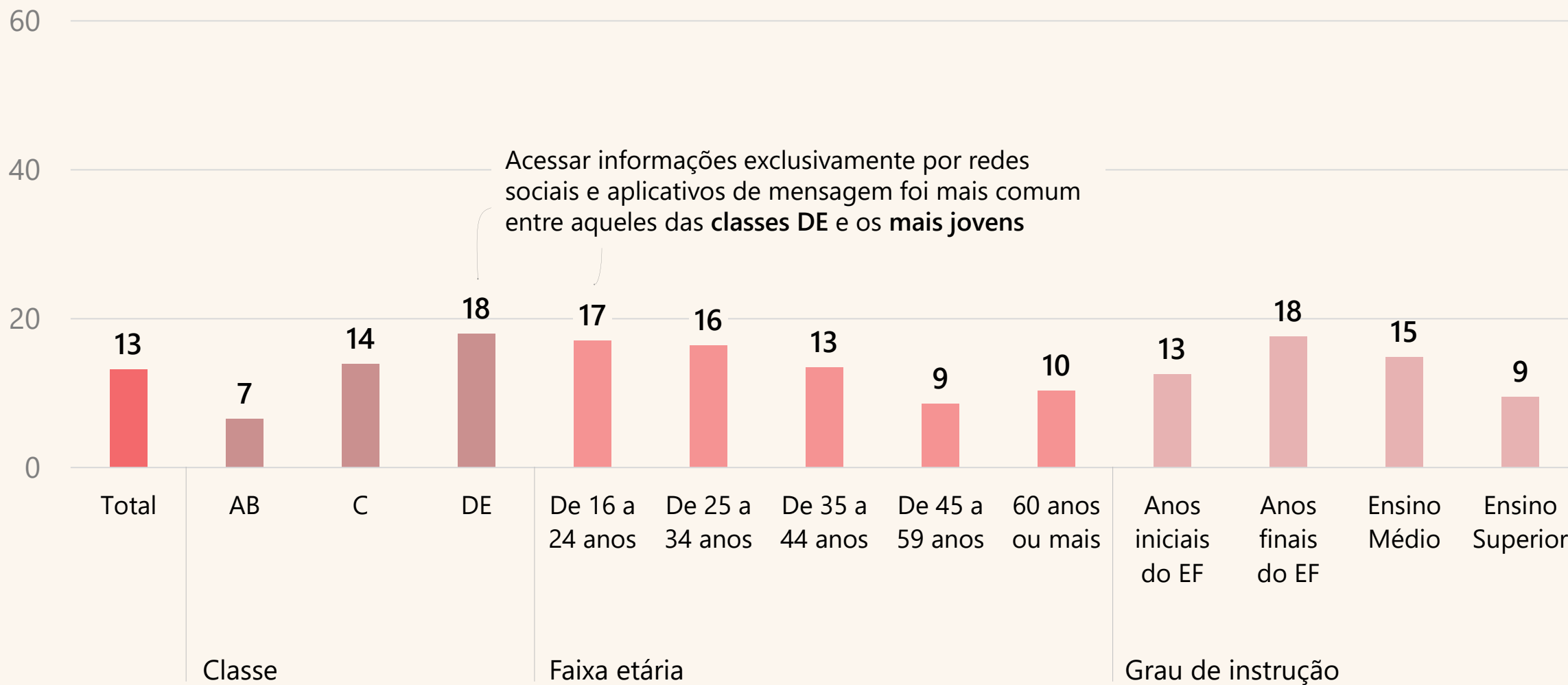
■ Todos os dias ■ Menos que uma vez por dia ■ Nunca ou quase nunca ■ Não sabe/Não conhece



ACESSO À INFORMAÇÃO EXCLUSIVO POR PLATAFORMAS DIGITAIS

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

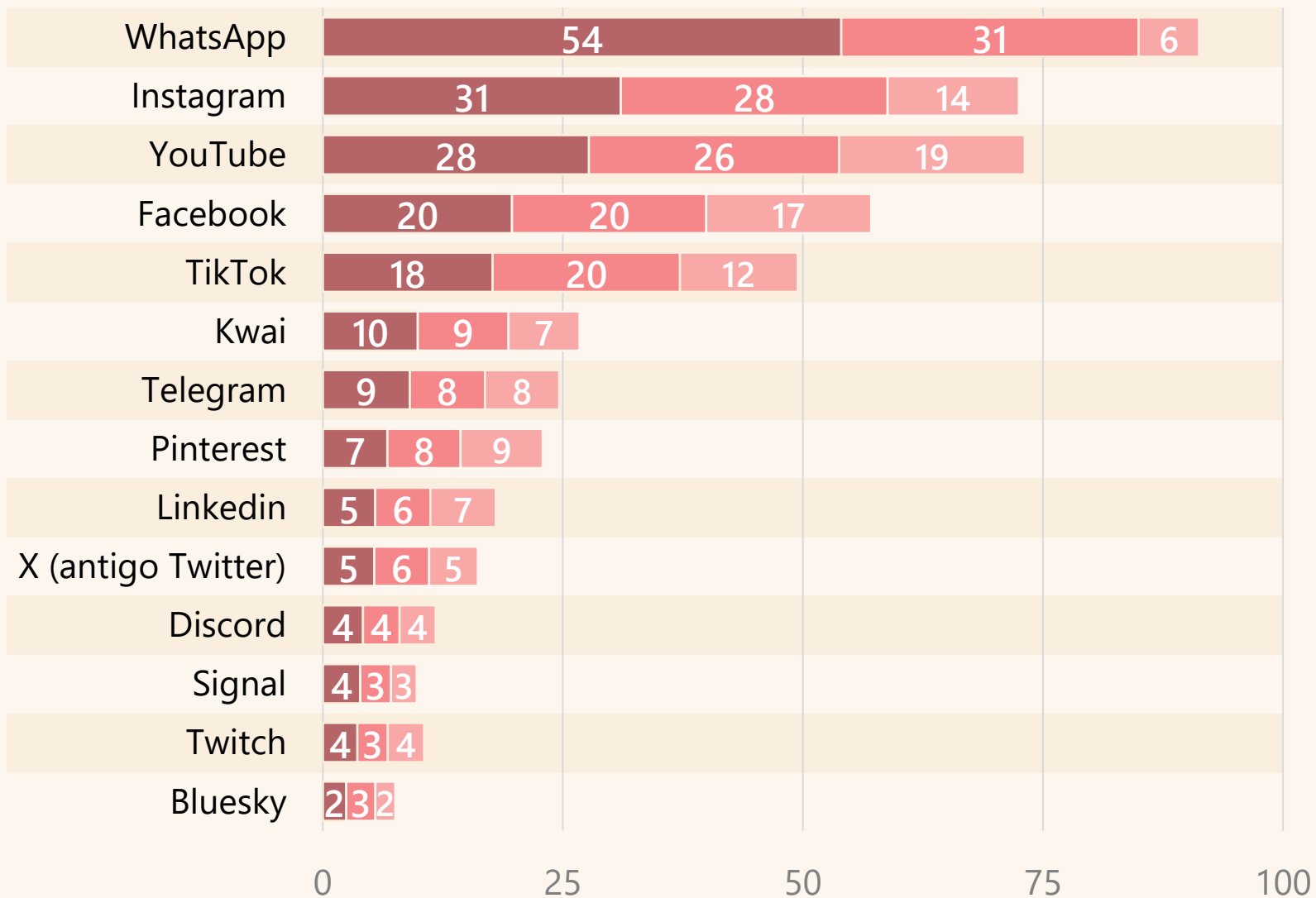
Acesso **diário** à informações sobre o que está acontecendo no mundo, no país ou na cidade **exclusivo por redes sociais e aplicativos de mensagem**



FREQUÊNCIA DE USO DE PLATAFORMAS DIGITAIS

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

■ Praticamente o tempo todo ■ Várias vezes por dia ■ Pelo menos uma vez por dia



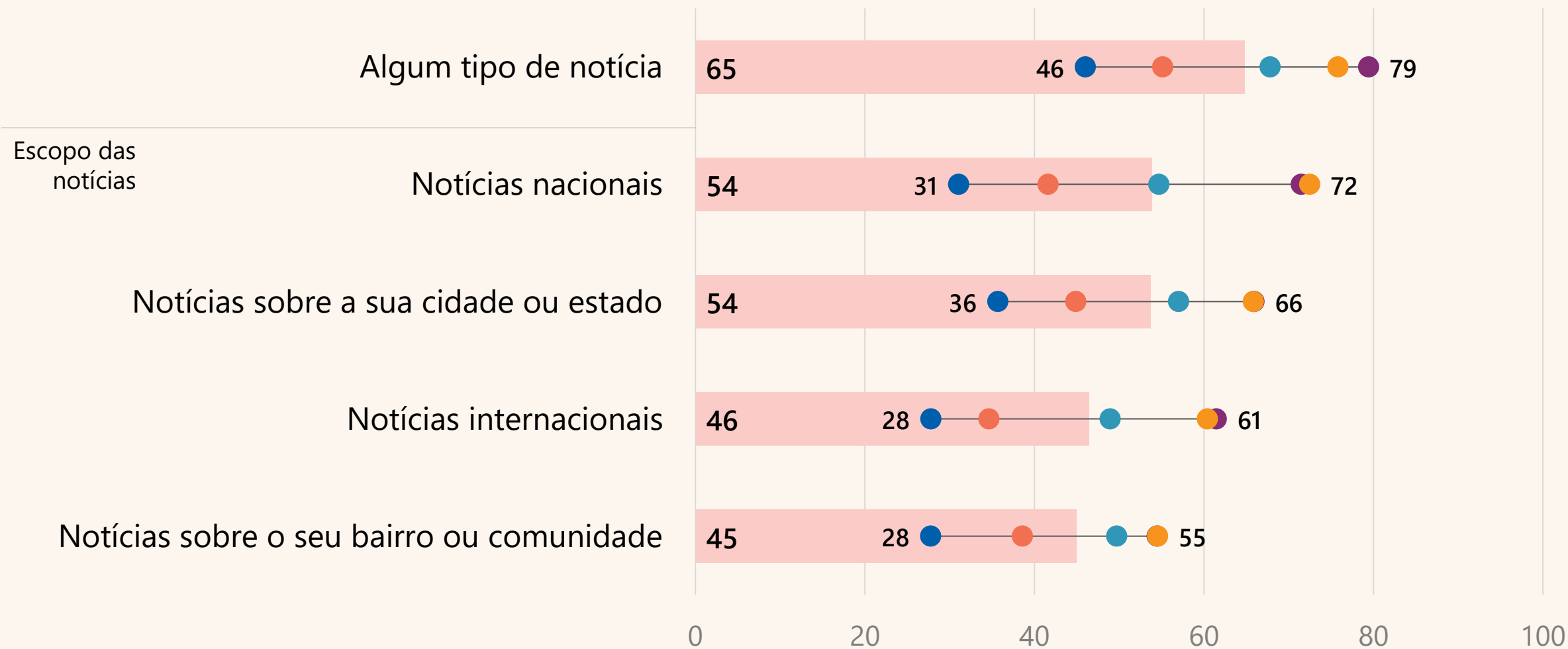
47%
dos usuários de Internet de 16 anos ou mais relataram já ter usado ChatGPT.

Entre aqueles que acessam a Internet **apenas pelo celular**, a plataforma de IA generativa mais usada foi a **IA do WhatsApp (38%)**.

CONSUMO DIÁRIO DE NOTÍCIAS

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

● De 16 a 24 anos ● De 25 a 34 anos ● De 35 a 44 anos ● De 45 a 59 anos ● 60 anos ou mais



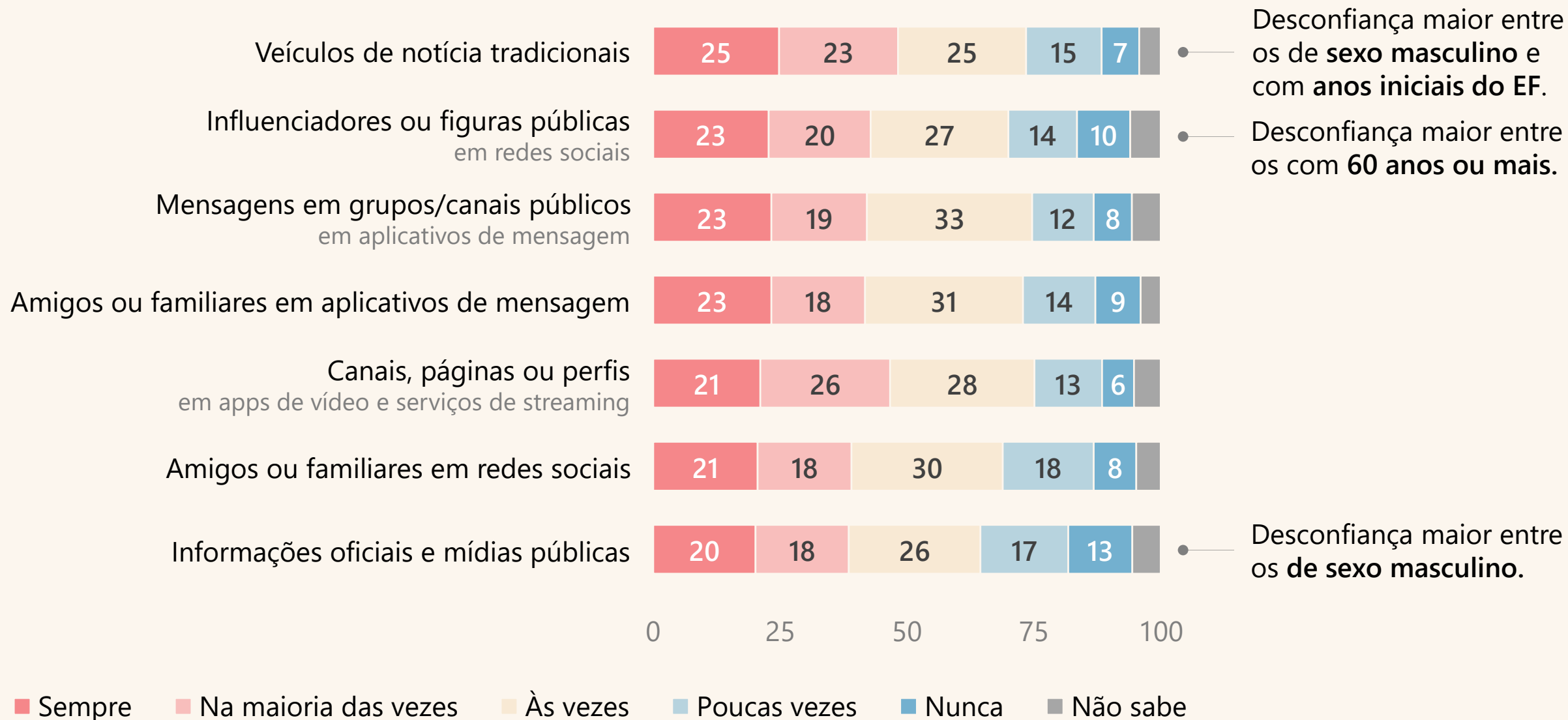
PAINEL TIC - INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO RESULTADOS

**MÓDULOS B e C
PERCEPÇÕES, CONFIANÇA
E VERIFICAÇÃO**

DESCONFIANÇA DE INFORMAÇÕES PUBLICADAS/COMPARTILHADAS POR FONTES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

Com que frequência você **desconfia de informações** publicadas/compartilhadas por:



DESENGAJAMENTO INFORMACIONAL

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

Concordaram **totalmente** ou **em parte** que:

- ▶ **34%** “**Não vale a pena pesquisar** se as informações que eu recebo são verdadeiras ou falsas”
- ▶ **33%** “**Não faz diferença** para a minha vida se as informações que eu recebo são verdadeiras ou falsas”
- ▶ **30%** “**Eu não tenho interesse** em pesquisar se as informações que eu recebo são verdadeiras ou falsas”
- ▶ **27%** “Hoje em dia as informações são **tão polarizadas** que não vale a pena pesquisar se elas são verdadeiras ou falsas”
- ▶ **26%** “Não adianta checar se as informações são verdadeiras ou falsas porque isso **não vai mudar a opinião das outras pessoas**”
- ▶ **26%** “Eu acho que a **preocupação com informações falsas é exagerada**”

20%
apresentaram um **perfil mais engajado** em relação a práticas de acesso e verificação de informações (discordaram de todas as frases).

30%
60 anos ou mais

23%
Sexo feminino

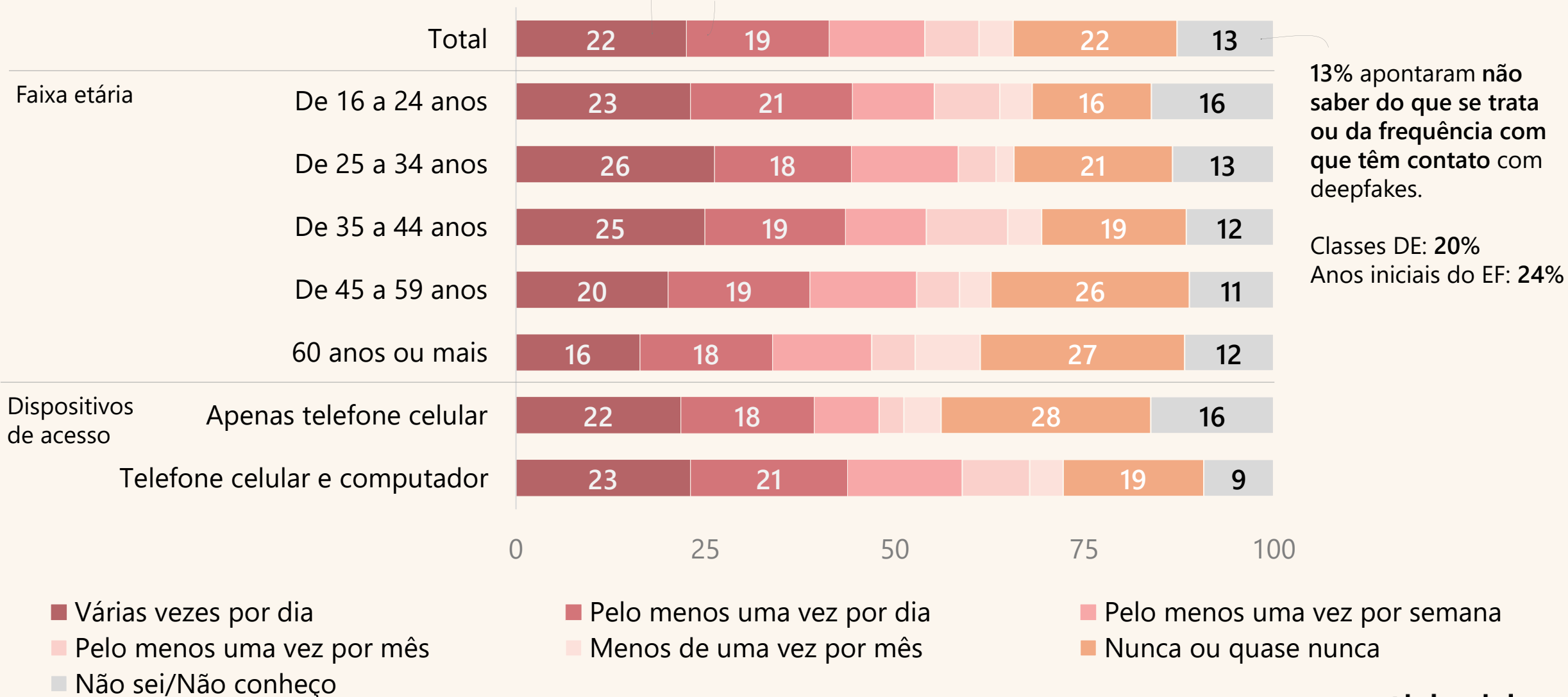
30%
Classes AB

26%
Ensino Superior

PERCEPÇÃO DE CONTATO COM DEEPFAKES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

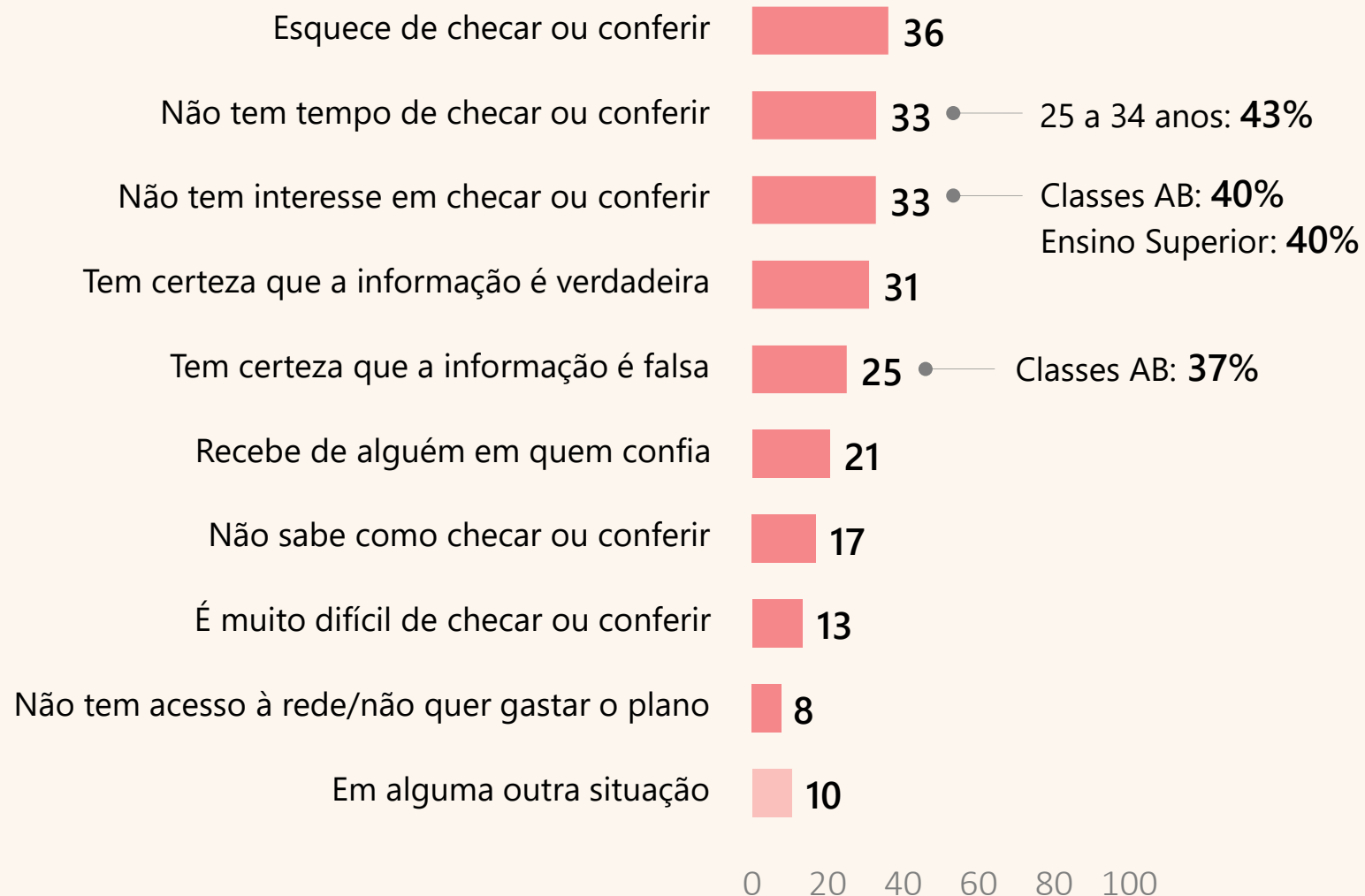
41% relataram ter **contato diário com deepfakes** — imagens, vídeos ou áudios que parecem completamente fabricados ou manipulados por IA generativa.



PRÁTICAS DE VERIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais que nem sempre checam informações (%) | que verificam informações em alguma frequência (%)

Não checa/confere uma informação que recebe por aplicativos de mensagem ou redes sociais quando...



69%
reportaram checar sempre ou na maioria das vezes quando uma **informação parece urgente**

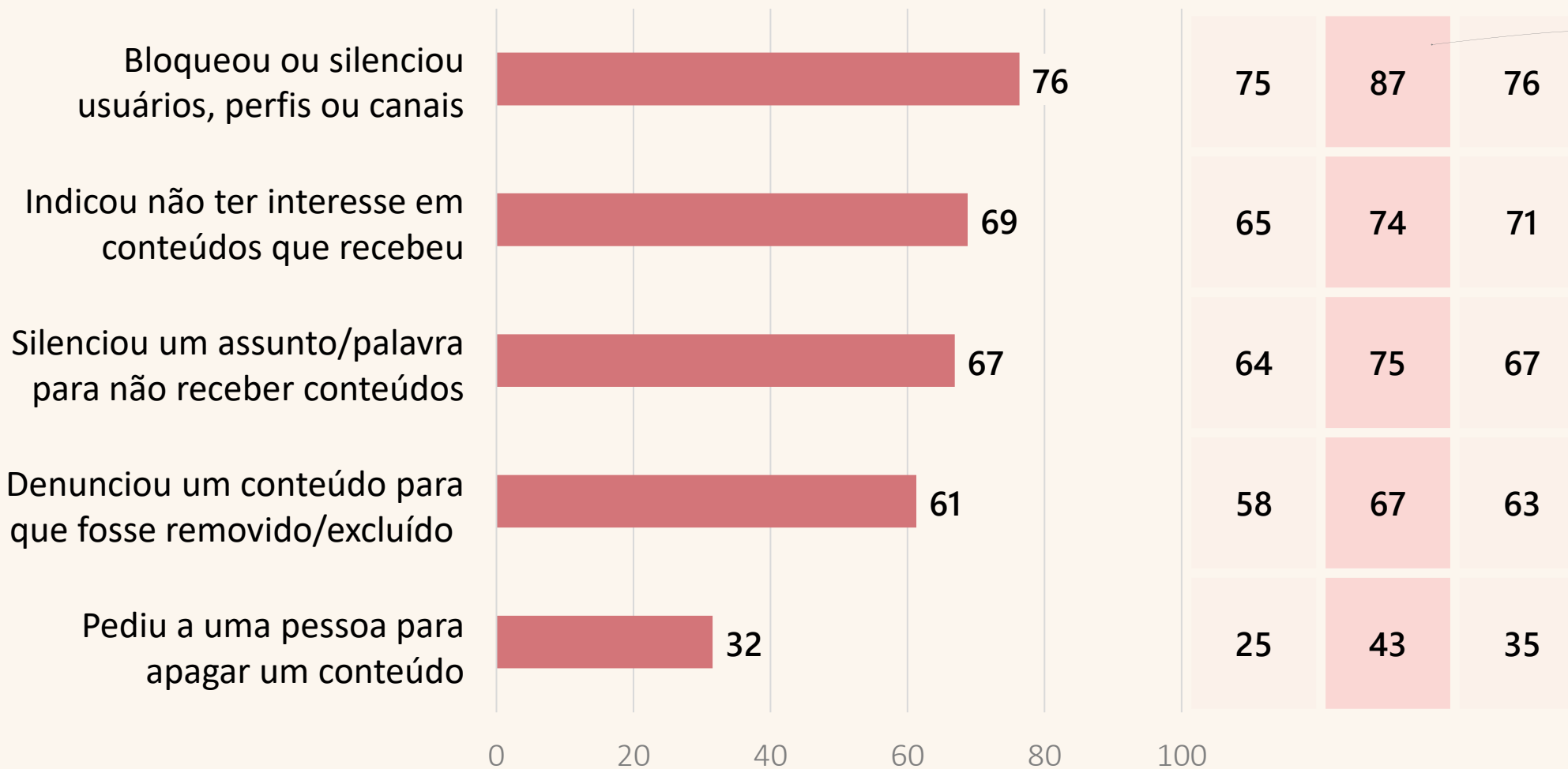
64%
reportaram checar sempre ou na maioria das vezes quando têm **interesse no tema da informação**

49%
para quando a informação **vêm de um *influencer* que segue**

CONFIGURAÇÕES E PRÁTICAS EM REDES SOCIAIS

Usuários de Internet de 16 anos ou mais que usam alguma rede social (%)

Pensando nas redes sociais que você usa com frequência, você já?



Brancos Pretos Pardos

Prática	Brancos	Pretos	Pardos
Bloqueou ou silenciou usuários, perfis ou canais	75	87	76
Indicou não ter interesse em conteúdos que recebeu	65	74	71
Silenciou um assunto/palavra para não receber conteúdos	64	75	67
Denunciou um conteúdo para que fosse removido/excluído	58	67	63
Pediu a uma pessoa para apagar um conteúdo	25	43	35

A realização de todas as práticas e configurações investigadas foi reportada em maior escala por aqueles que se auto-declaram pretos.

**PAINEL TIC -
INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO
RESULTADOS**

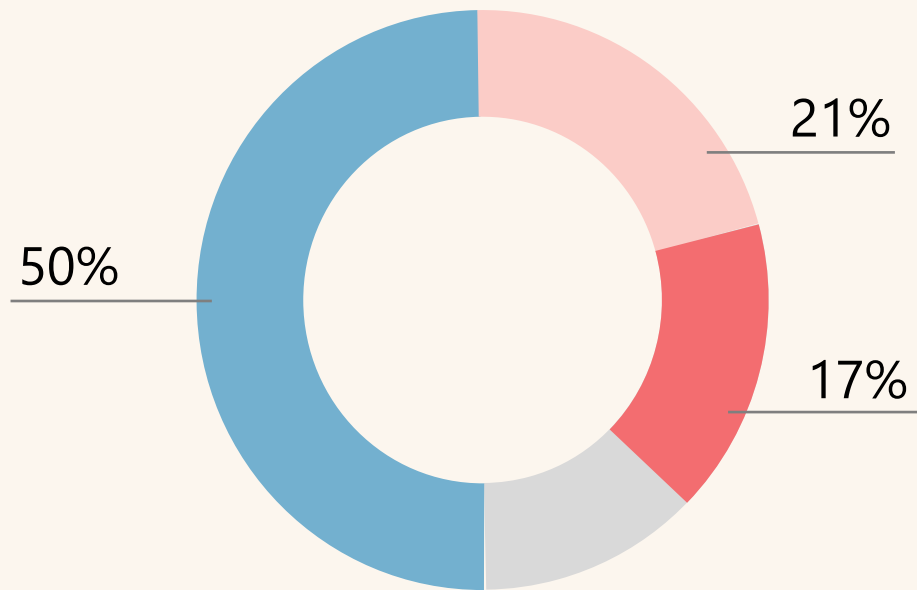
**MÓDULO D
HABILIDADES**

HABILIDADES CRÍTICAS — COMPREENSÕES SOBRE REDES SOCIAIS E MECANISMOS DE BUSCA

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

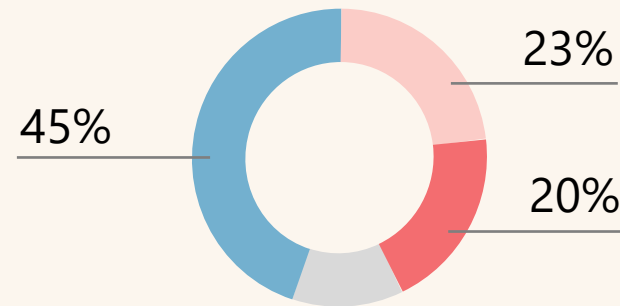
Você **concorda totalmente/em parte**, não concorda nem discorda ou **discorda totalmente/em parte** das seguintes frases? [resposta esperada: discordar]

O que faz um conteúdo circular mais na Internet é se ele é mais confiável

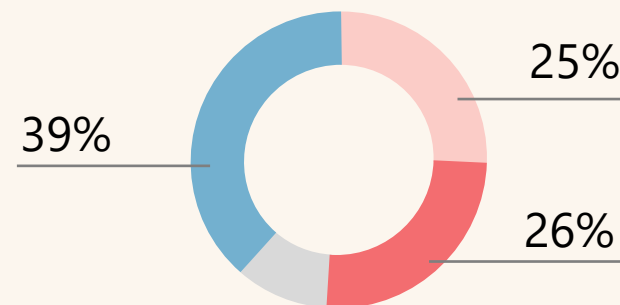


- Concorda totalmente/em parte
- Não concorda, nem discorda
- Discorda totalmente/em parte
- Não sabe

Todos encontram as mesmas informações quando pesquisam coisas na Internet



O primeiro resultado de uma pesquisa na Internet é sempre a melhor fonte de informação



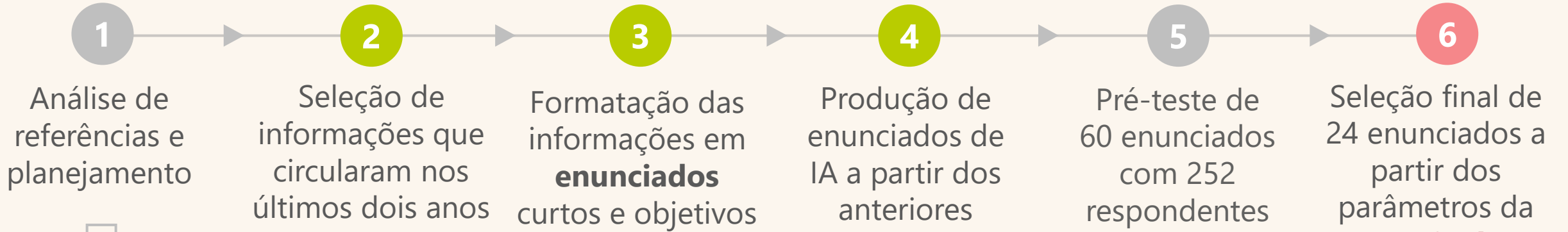
64%

concordaram que "Às vezes um influenciador é polêmico porque isso faz ele ganhar mais visibilidade".

61%

concordaram que "As redes sociais são gratuitas porque ganham dinheiro com publicidade".

EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES – METODOLOGIA ADOTADA



Lupa

Etapas realizadas em parceria com a **Agência Lupa**

24 enunciados finais:

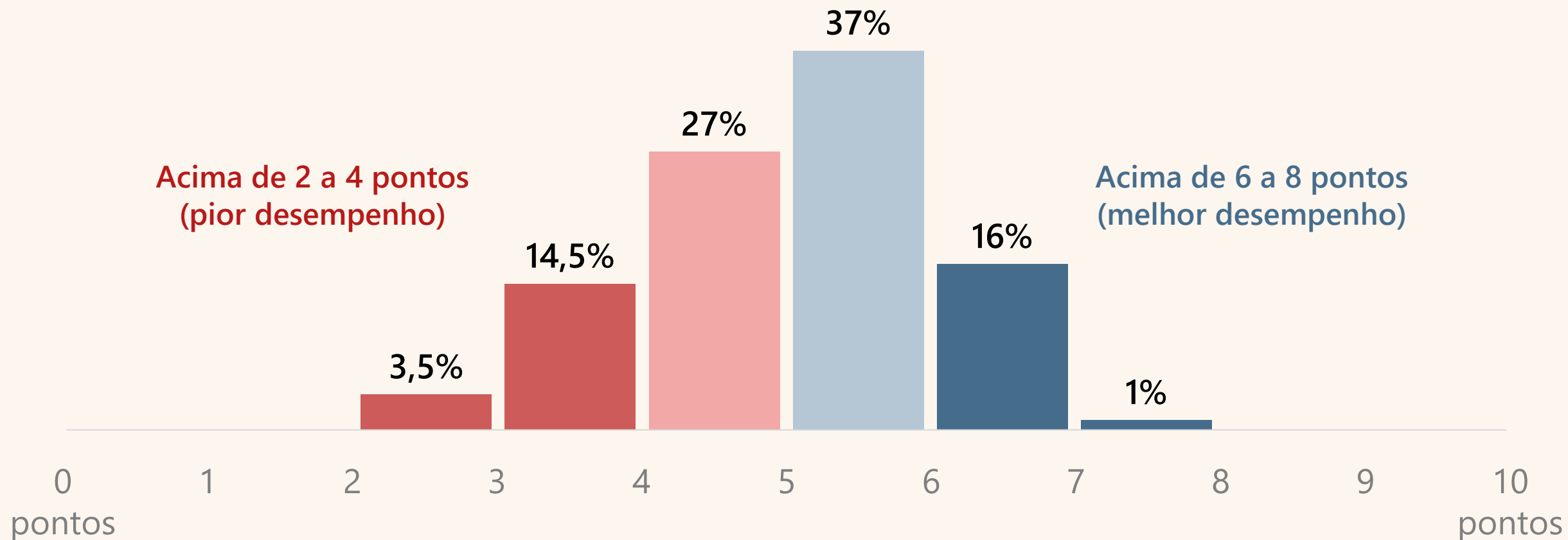
- 16 verdadeiros e 8 falsos;
8 de cada tema (meio ambiente, saúde e tecnologia);
- 8 de autoria de humanos e 8 de IA

A **TRI** é um modelo teórico e estatístico amplamente utilizado para medir habilidades não observáveis (Exs.: Enem, Pisa, Saeb etc.).

Permite, entre outras coisas, levar em conta na avaliação aspectos como a **dificuldade dos itens** e o **acerto ao acaso**.



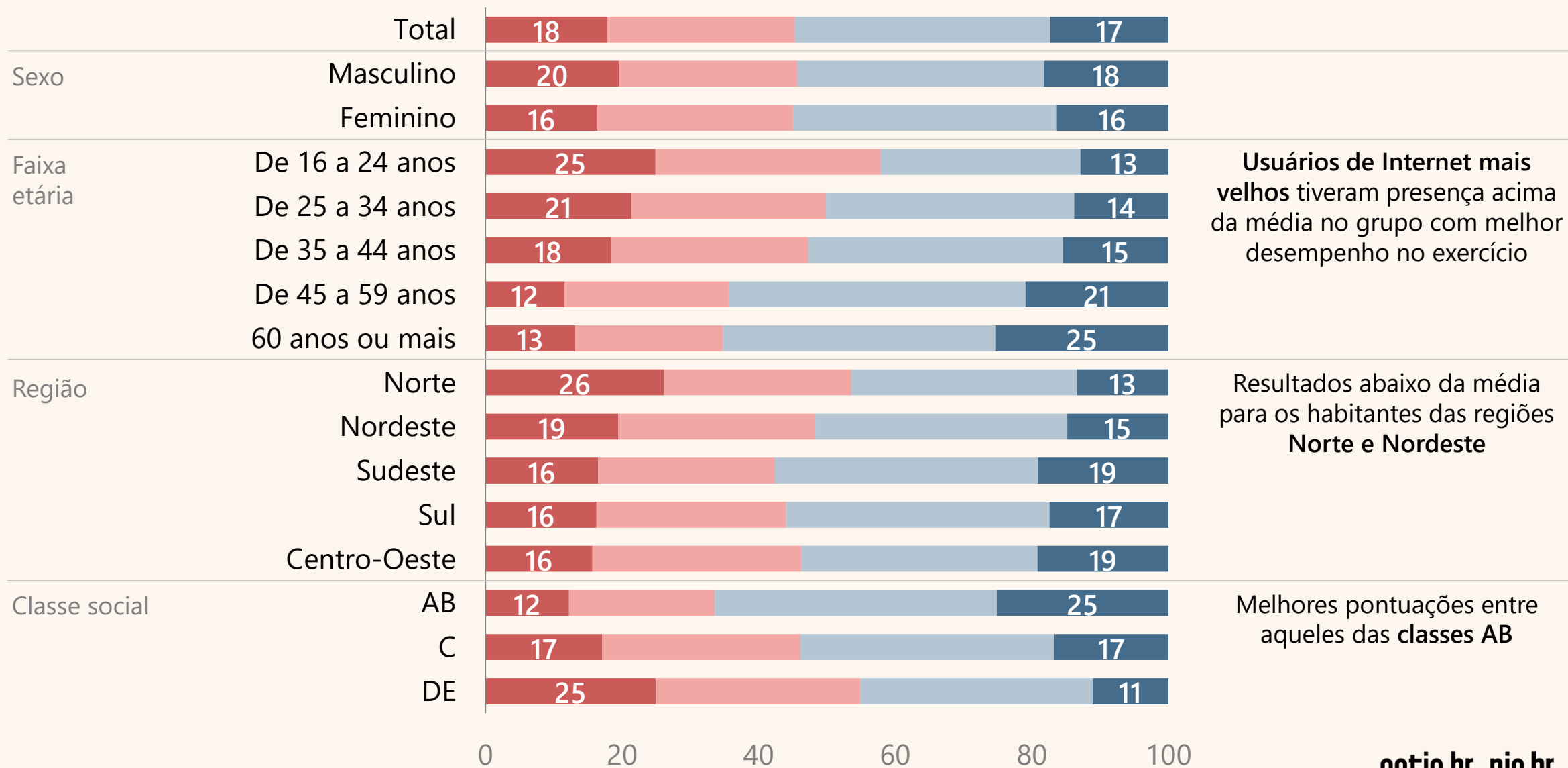
EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES – DISTRIBUIÇÃO DAS PONTUAÇÕES



RESULTADOS DO EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

■ Acima de 2 até 4 (pior desempenho) ■ Acima de 4 até 5 ■ Acima de 5 até 6 ■ Acima de 6 até 8 (melhor desempenho)



Usuários de Internet mais velhos tiveram presença acima da média no grupo com melhor desempenho no exercício

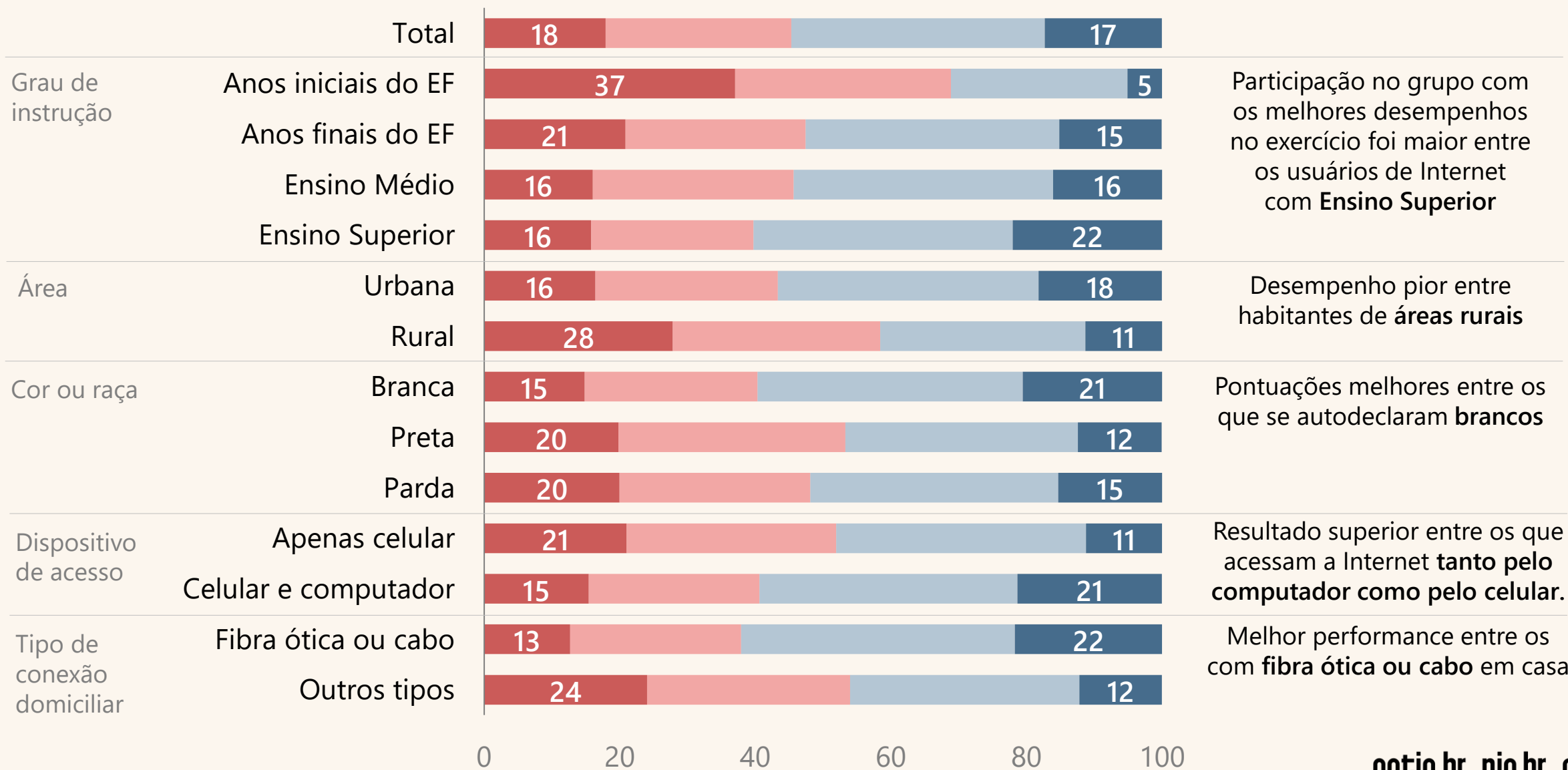
Resultados abaixo da média para os habitantes das regiões Norte e Nordeste

Melhores pontuações entre aqueles das classes AB

RESULTADOS DO EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

■ Acima de 2 até 4 (pior desempenho) ■ Acima de 4 até 5 ■ Acima de 5 até 6 ■ Acima de 6 até 8 (melhor desempenho)



Participação no grupo com os melhores desempenhos no exercício foi maior entre os usuários de Internet com **Ensino Superior**

Desempenho pior entre habitantes de **áreas rurais**

Pontuações melhores entre os que se autodeclaram **brancos**

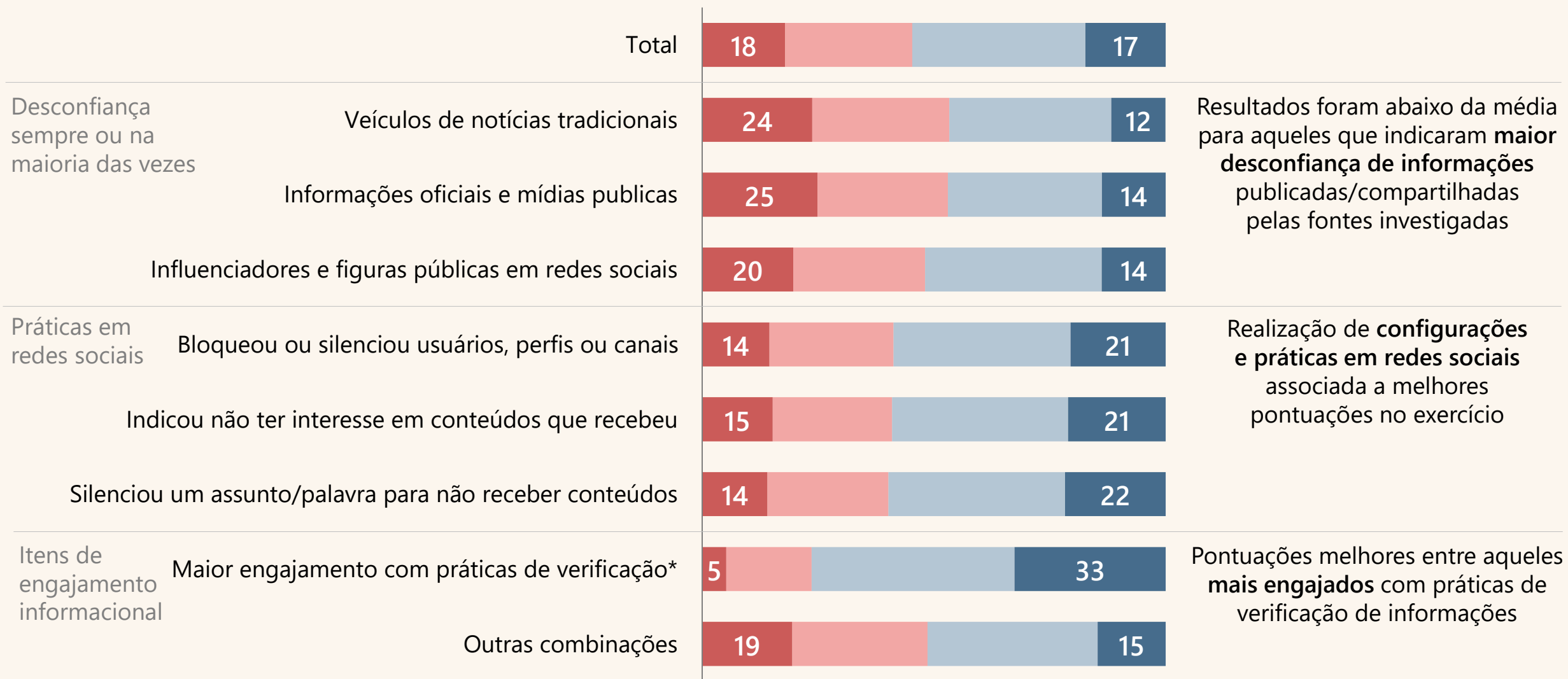
Resultado superior entre os que acessam a Internet **tanto pelo computador como pelo celular**.

Melhor performance entre os com **fibra ótica ou cabo** em casa

RESULTADOS DO EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

■ Acima de 2 até 4 (pior desempenho) ■ Acima de 4 até 5 ■ Acima de 5 até 6 ■ Acima de 6 até 8 (melhor desempenho)



Resultados foram abaixo da média para aqueles que indicaram **maior desconfiança de informações** publicadas/compartilhadas pelas fontes investigadas

Realização de **configurações e práticas em redes sociais** associada a melhores pontuações no exercício

Pontuações melhores entre aqueles **mais engajados** com práticas de verificação de informações

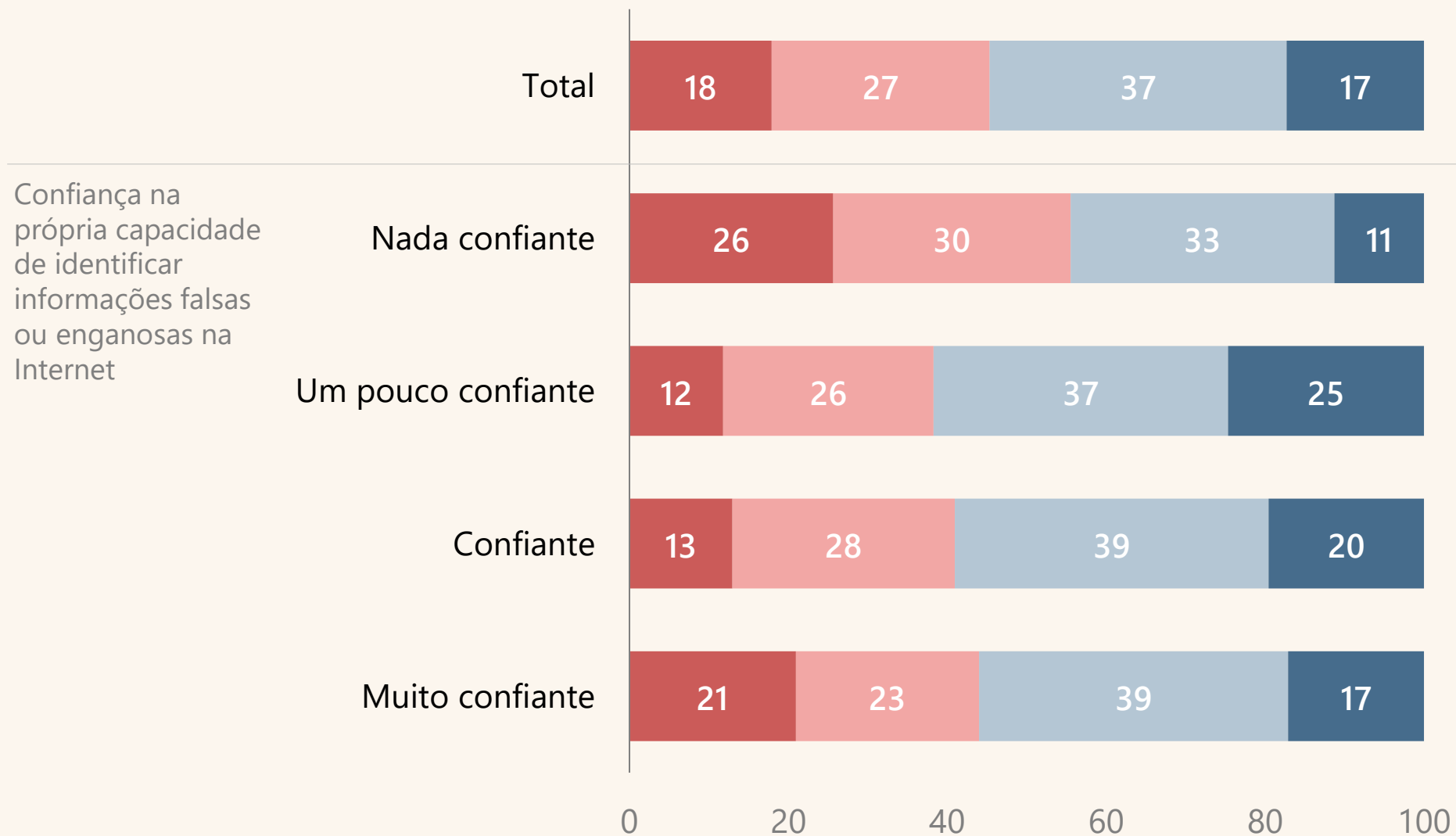
* Discordou completamente ou em parte de todos os itens

0 20 40 60 80 100

RESULTADOS DO EXERCÍCIO DE CLASSIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Usuários de Internet de 16 anos ou mais (%)

■ Acima de 2 até 4 (pior desempenho) ■ Acima de 4 até 5 ■ Acima de 5 até 6 ■ Acima de 6 até 8 (melhor desempenho)



Indivíduos **muito confiantes** na própria capacidade de identificar informações falsas/enganosas na Internet não apresentaram desempenho acima da média no exercício.

Desempenho significativamente abaixo da média entre os **nada confiantes**, e acima da média entre os **confiantes** e **um pouco confiantes**

PAINEL TIC: INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO RESULTADOS

PRINCIPAIS DESTAQUES

PAINEL TIC - INTEGRIDADE DA INFORMAÇÃO

Principais destaques

Plataformas digitais são o principal meio de acesso à informação pelos usuários de Internet brasileiros de 16 anos ou mais, com destaque para *feeds* de vídeos curtos (segundo meio mais utilizado).

Nota-se uma **maior capacidade de identificar informações** falsas e verdadeiras na Internet entre indivíduos com melhores condições de conectividade e entre os mais velhos, bem como entre aqueles mais engajados em práticas de acesso e verificação de informações.

A maior parte dos usuários de Internet brasileiros apresenta, em algum nível, uma postura de **desengajamento** em relação a práticas de acesso e verificação de informações. Além disso, é frequente a desconfiança em relação a informações publicadas por fontes variadas.

Há uma ampla realização de práticas para controlar o próprio **acesso a informações em plataformas digitais**, muito embora a população da pesquisa revele dificuldades significativas para a compreensão do funcionamento desses ambientes.

Obrigado!

Alexandre Barbosa
alexandre@nic.br

Fabio Senne
fsenne@nic.br

Marcelo Pitta
marcelopitta@nic.br

Bernardo Ballardin
bernardo@nic.br

