PAINEL SOBRE COMPORTAMENTO POLÍTICO E CONSUMO DE MÍDIAS

Primeira Onda

Abril – 2026

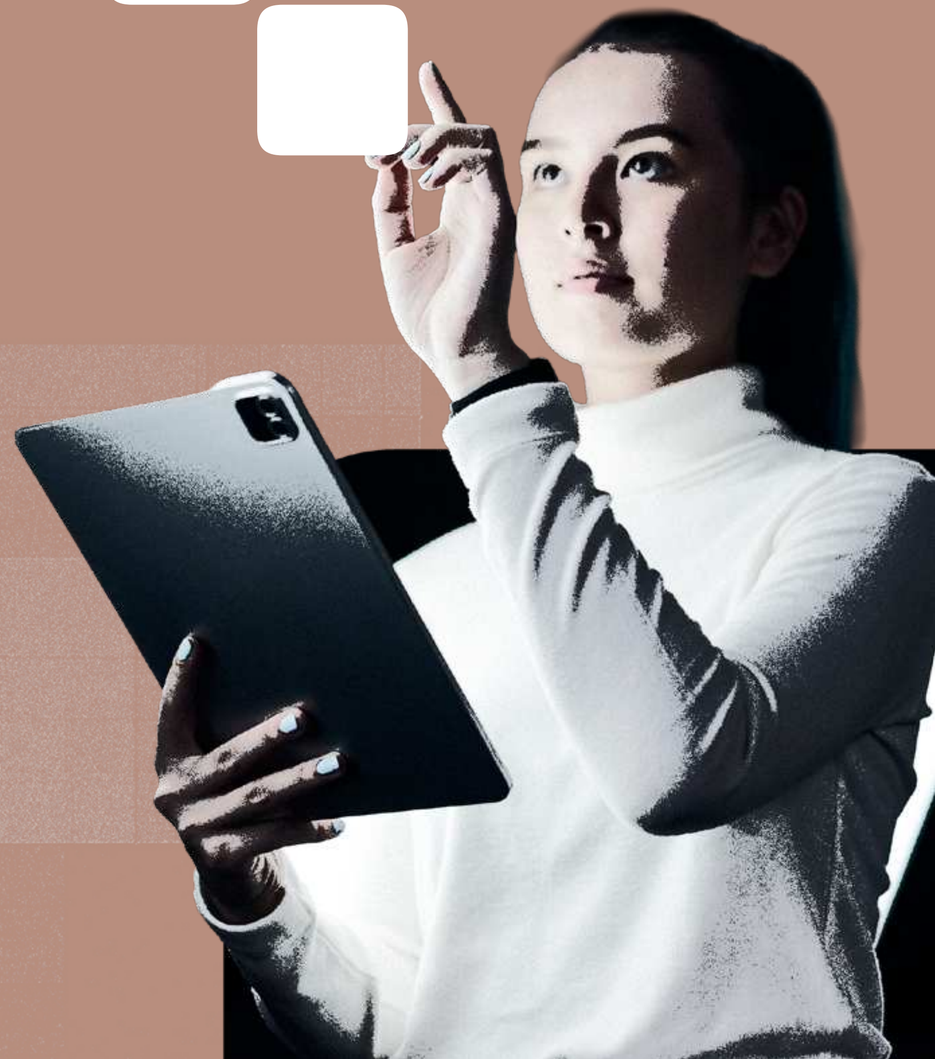
INCT DD
INSTITUTO NACIONAL DE CIÊNCIA & TECNOLOGIA EM DEMOCRACIA DIGITAL

CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

APRESENTAÇÃO

O painel sobre Consumo de Mídia e Comportamento Político, desenvolvido pelo Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD), tem como principal objetivo identificar padrões de consumo dos meios de comunicação, especialmente para obtenção de informação política, e seus efeitos sobre a democracia brasileira. Para superar as limitações das pesquisas de opinião pública transversais, o INCT.DD adotou uma metodologia de painel digital, que permite alcançar dois objetivos complementares. O primeiro consiste em identificar mudanças e permanências nos padrões de consumo de mídia e de comportamento político em nível individual, ultrapassando as análises restritas aos agregados da sociedade. O segundo é medir essas alterações em diferentes contextos temporais, tanto em períodos não eleitorais quanto durante campanhas eleitorais.

O painel é composto por três ondas de coleta realizadas entre 2026 e 2027. Este relatório apresenta os resultados da primeira onda, conduzida entre 5 de abril e 5 de maio de 2026, com 7.215 entrevistas representativas da população adulta brasileira.



METODOLOGIA

Uma pesquisa do tipo painel tem como principal característica a aplicação do mesmo questionário à mesma amostra em diferentes momentos do tempo – chamadas de ondas. Esse desenho permite produzir informações longitudinais sobre opiniões, atitudes e comportamentos relacionados a temas públicos, identificando permanências e mudanças em nível individual ao longo do tempo.

Além de possibilitar a mensuração de mudanças em nível individual, os painéis também oferecem maior variabilidade, menos colinearidade entre variáveis e mais eficiência nas análises. Também permite um tratamento de quase-experimento, quando as ondas de coleta ocorrem antes e depois de eventos públicos.

O painel sobre consumo de mídia e comportamento político do INCT.DD é representativo da população adulta brasileira, com cotas por sexo, idade, escolaridade e local de moradia. Ele é composto por três ondas. Uma antes, uma durante e outra depois da campanha eleitoral de 2026. A primeira onda teve o campo realizado entre 5 de abril e 5 de maio de 2026, com 7.215 entrevistas realizadas. Para análise transversal, com intervalo de confiança de 95%, a margem máxima de erro é de 1,3 ponto percentual.



SUMÁRIO

USO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA INFORMAÇÃO POLÍTICA pg.5

USO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA ENTRETENIMENTO pg.14

CONFIANÇA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA INFORMAÇÃO POLÍTICA pg.21

INTENSIDADE DE USO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO pg.29

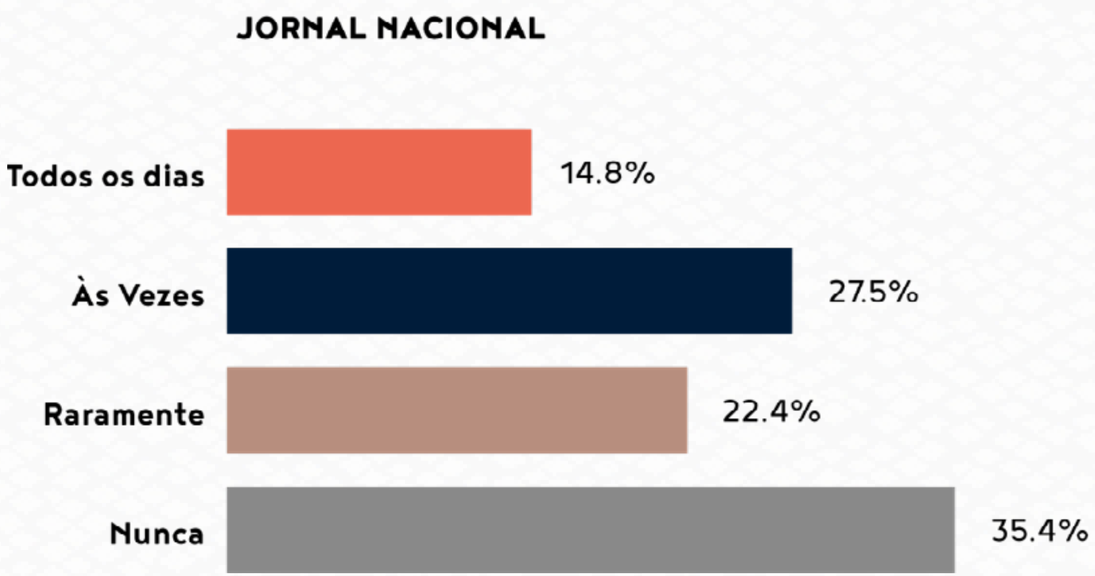
NOTÍCIAS FALSAS pg.37

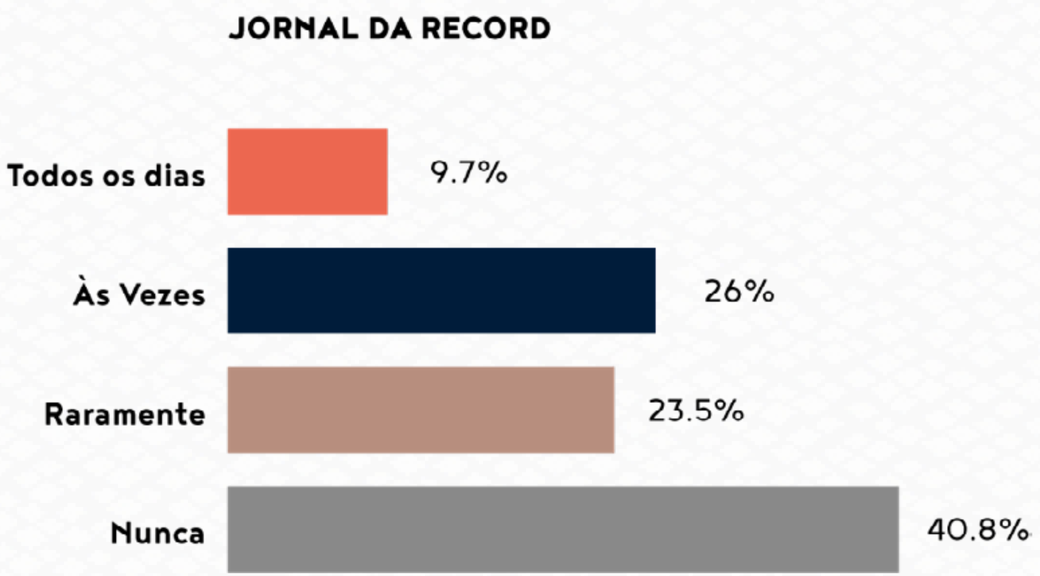
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL pg.43

USO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA INFORMAÇÃO POLÍTICA

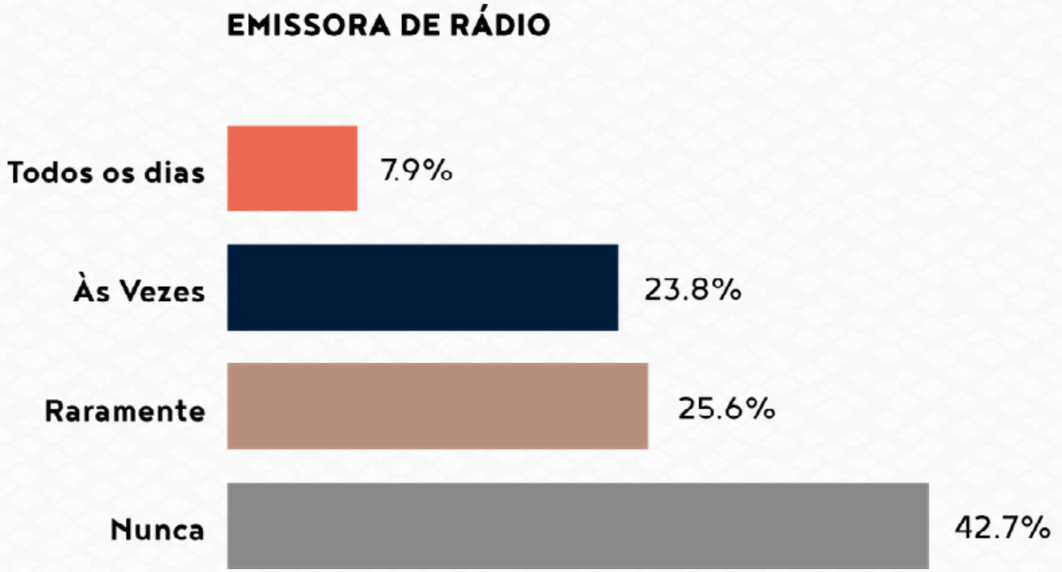
Quando se trata de informação política, a primeira onda do Painel do INCT.DD mostra que os brasileiros preferem meios visuais. A televisão, o YouTube e o Instagram aparecem como as principais fontes de acesso à informação política. Em seguida, figuram as emissoras de rádio e os meios impressos, como jornais e revistas, inclusive quando acessados pela internet. Considerando apenas a frequência de uso “todos os dias”, o WhatsApp passa a ocupar a primeira posição entre as fontes citadas. O levantamento também investigou especificamente o consumo dos telejornais “Jornal Nacional” e “Jornal da Record”, sendo que o primeiro apresentou uma pequena vantagem na categoria “todos os dias”. Em todos os meios analisados, o telefone celular é o principal dispositivo utilizado para acessar informações políticas, seguido pela televisão.

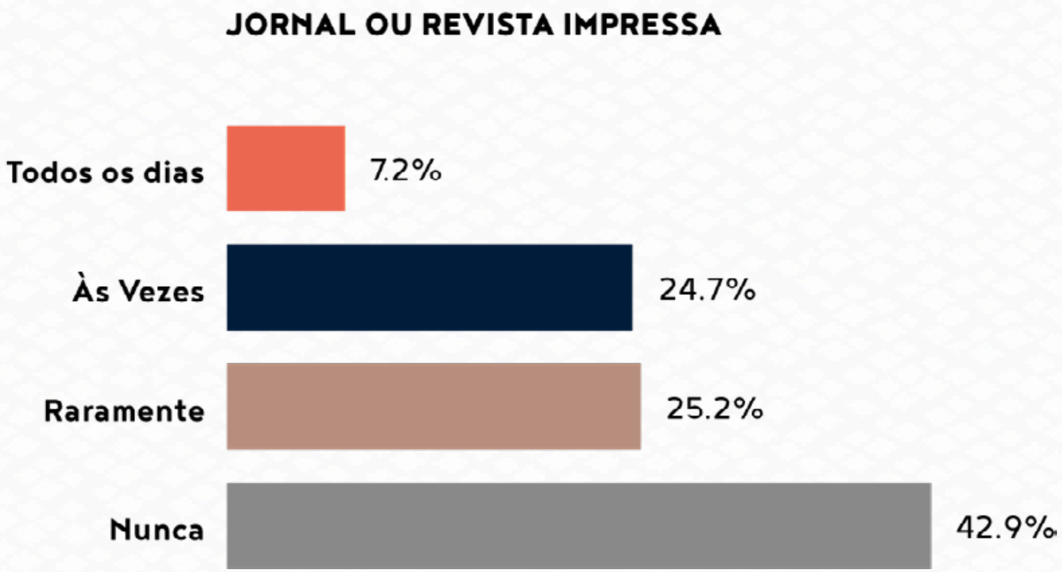
Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



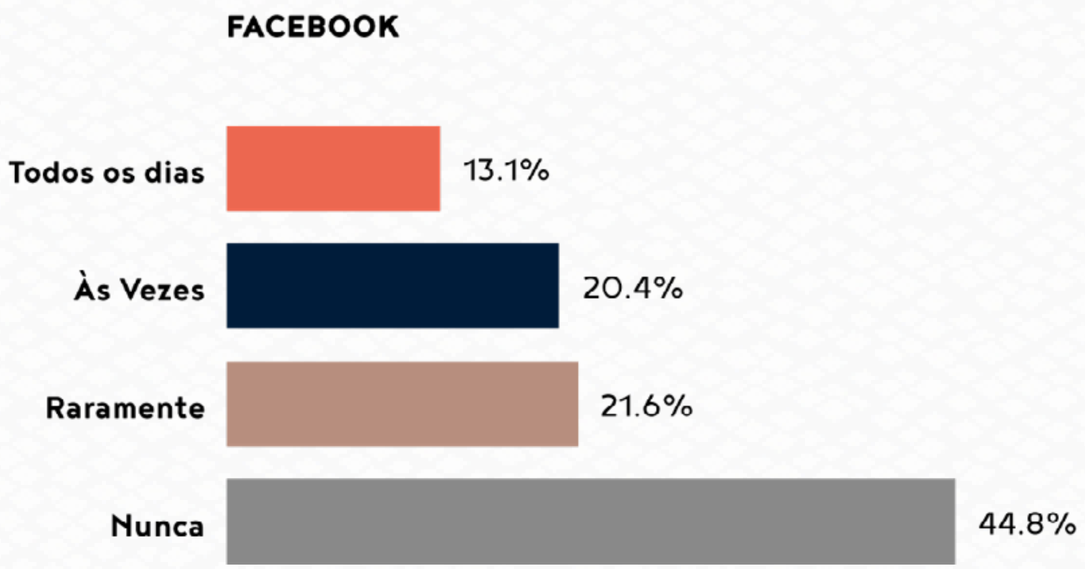


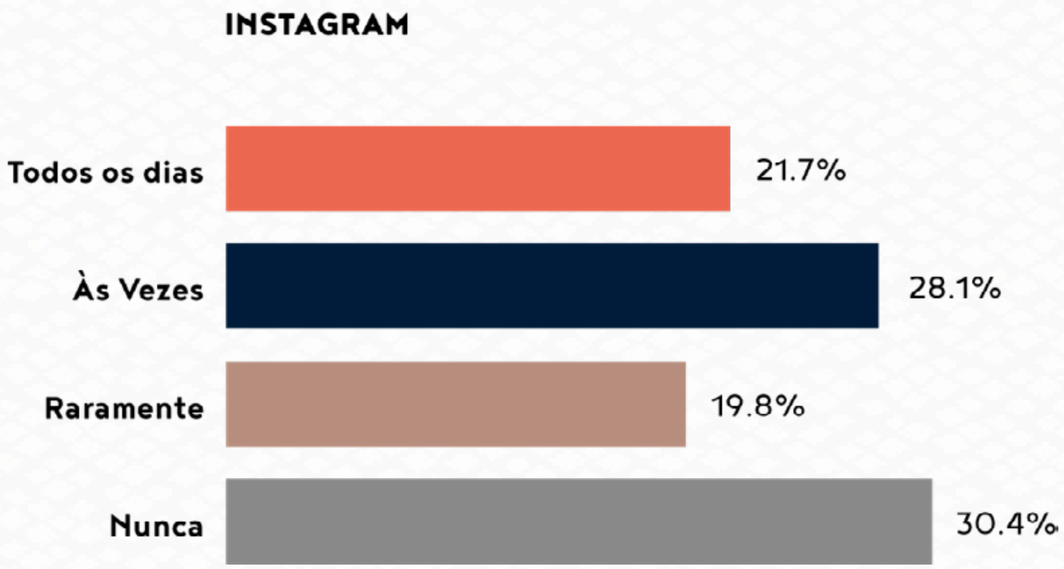
Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



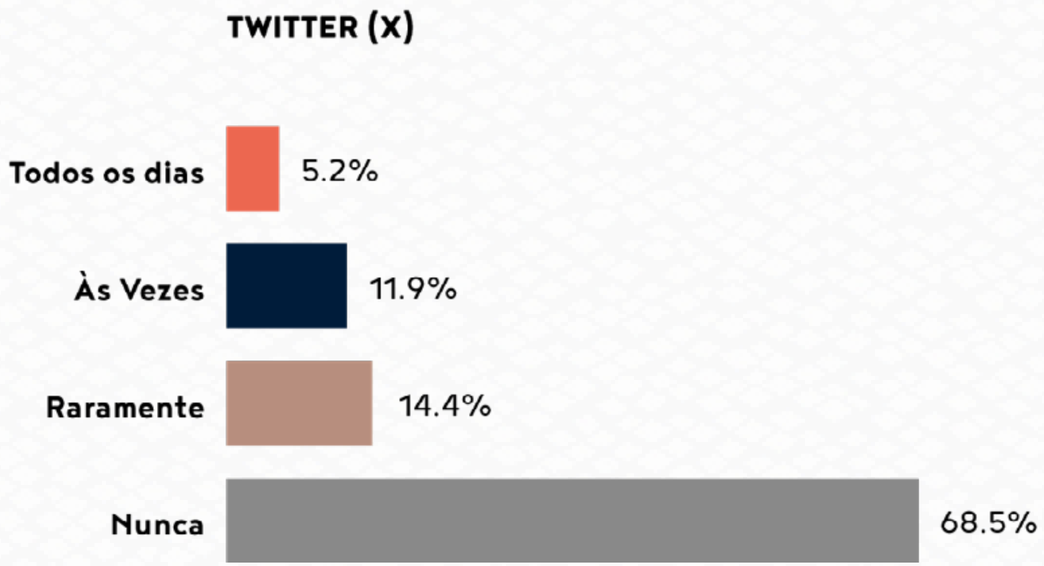


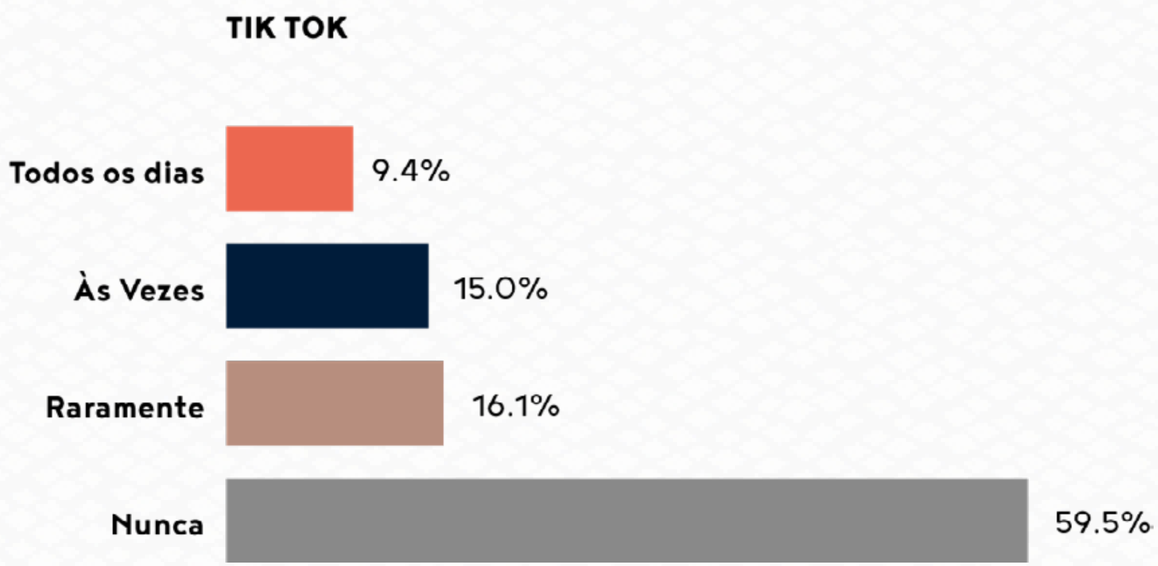
Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



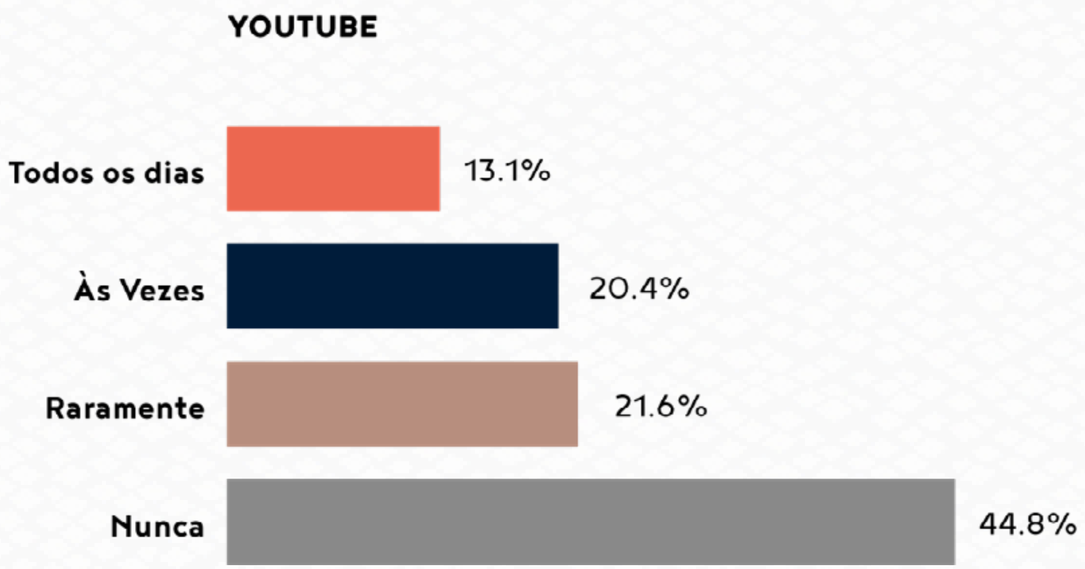


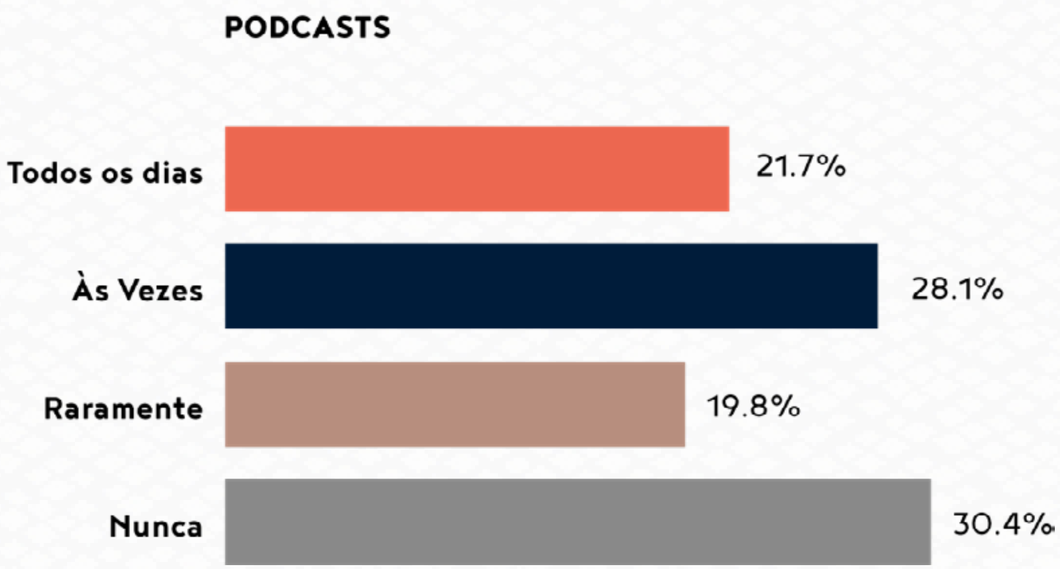
Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



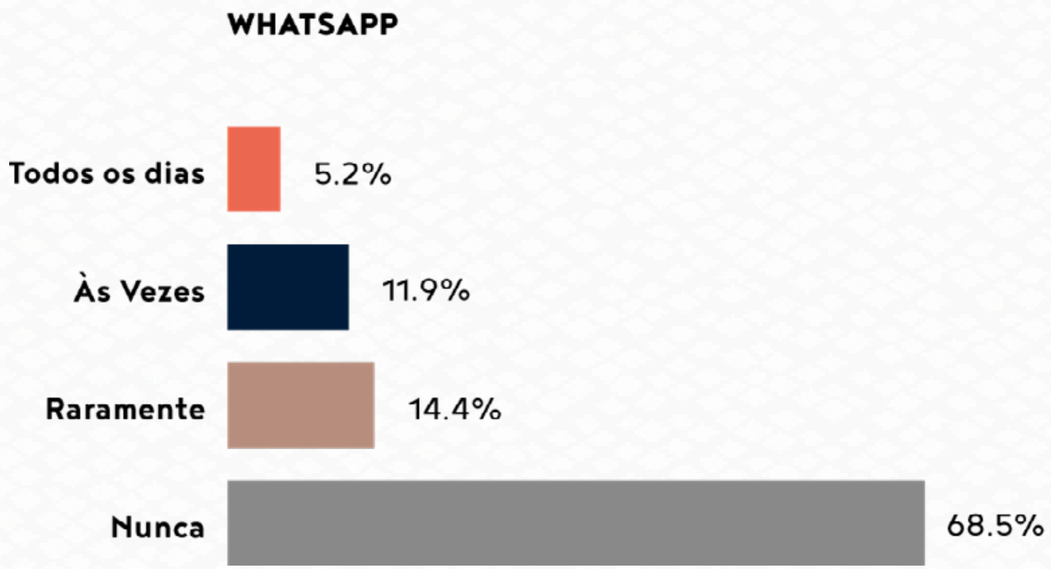


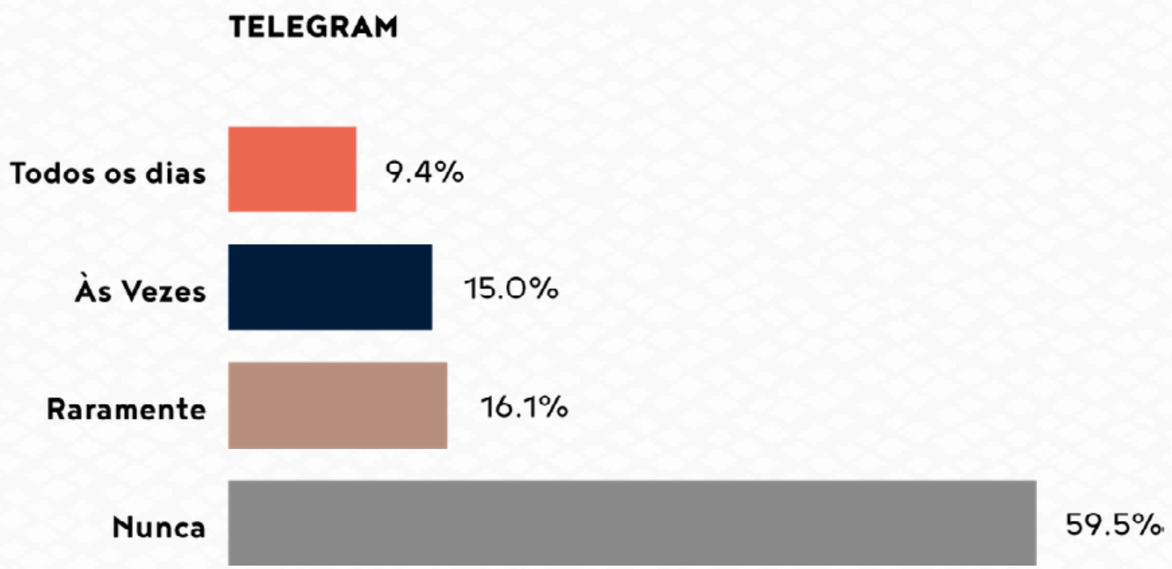
Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



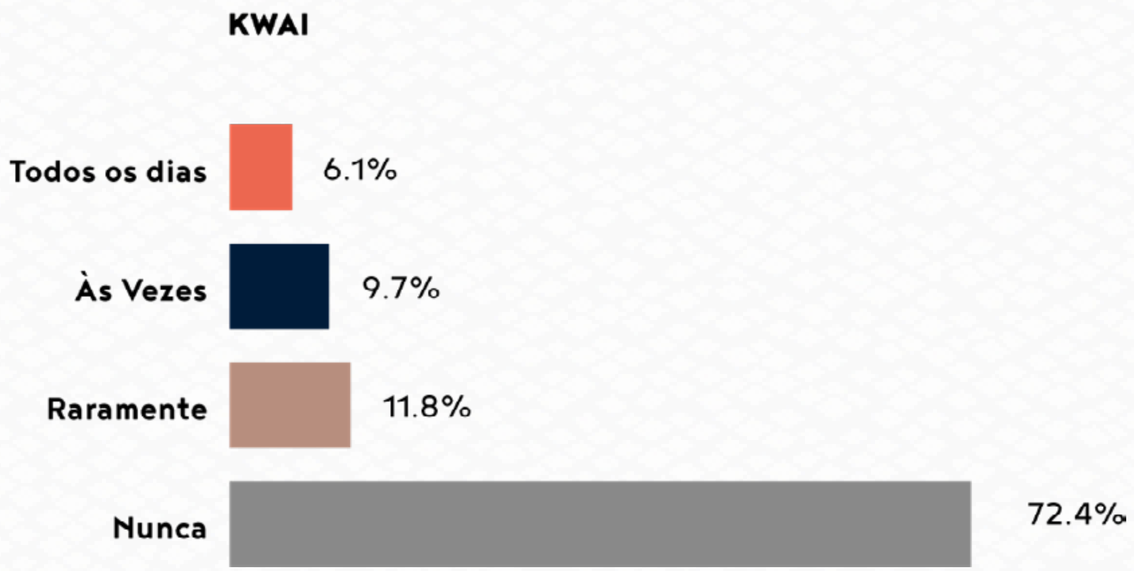


Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?

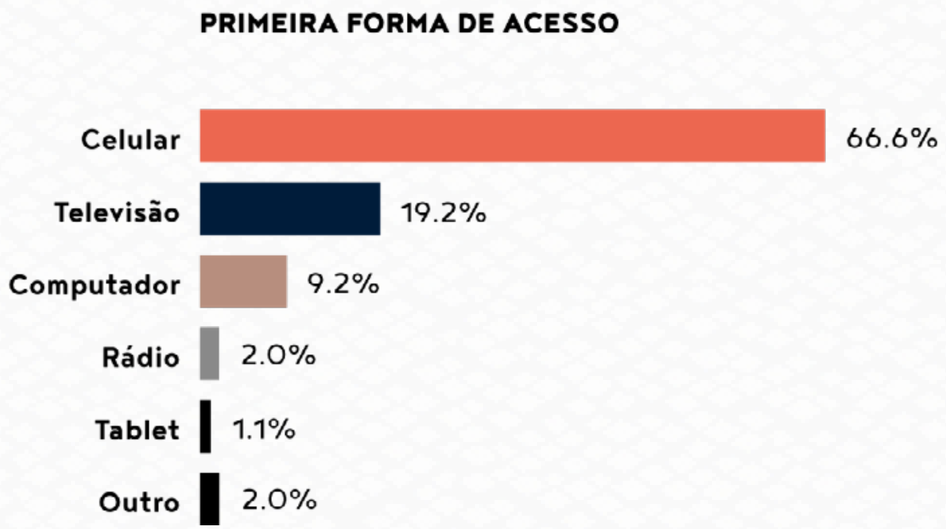


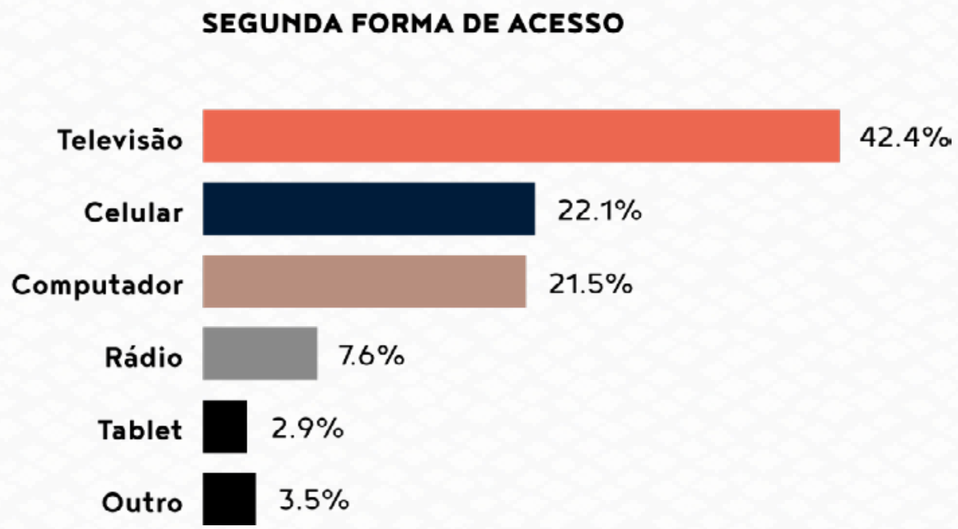


Vou citar alguns **meios de comunicação** e gostaria de saber se quando o assunto é **política** quanto você procura informações nele: **nunca**, **raramente**, **às vezes** ou **todos os dias**?



Independente do meio de comunicação que você usa para se informar sobre política, qual a sua **principal forma de acesso** a essas **informações**?

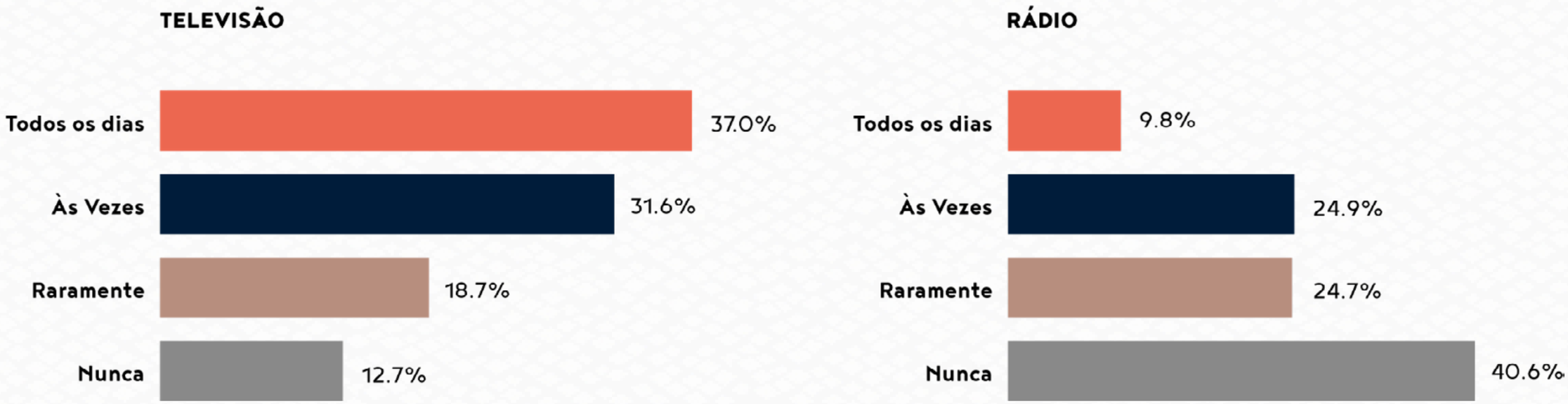




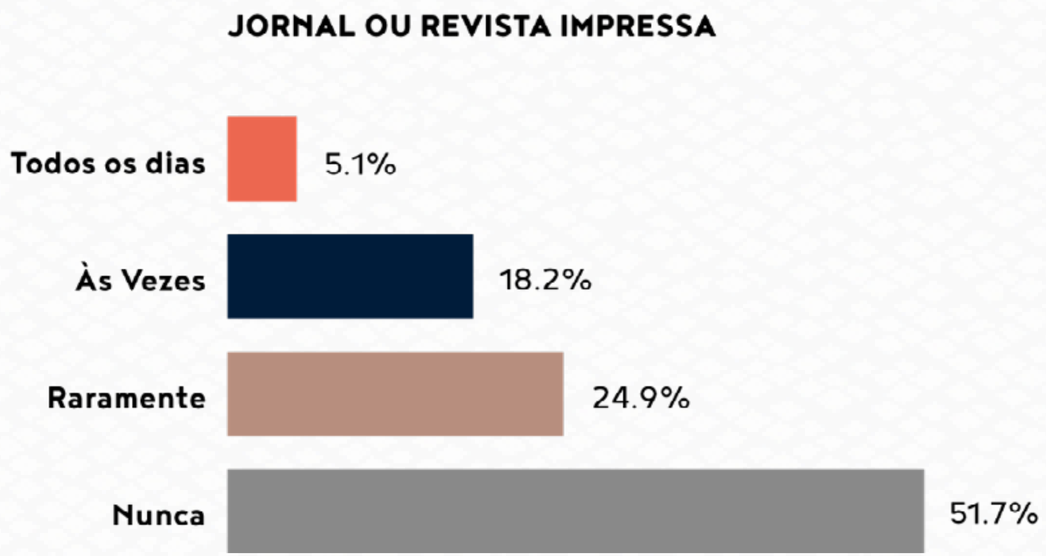
USO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA ENTRETENIMENTO

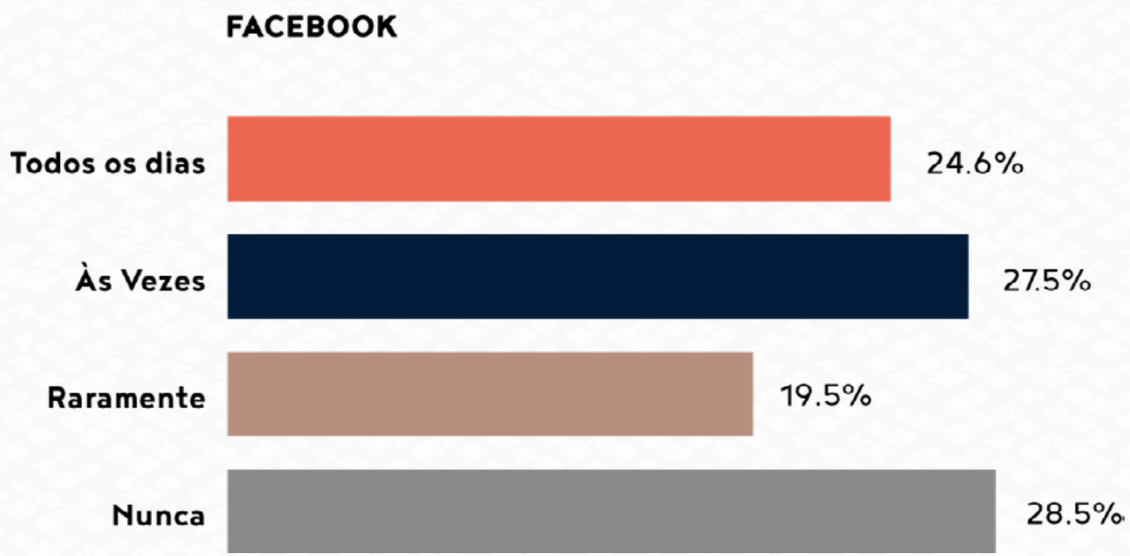
Em relação ao consumo de meios para entretenimento, o padrão observado é, em linhas gerais, semelhante ao identificado para a informação política. Os meios visuais ocupam as primeiras posições, com destaque para a televisão, o YouTube e o Instagram. O WhatsApp também apresenta percentuais elevados de uso diário para fins de entretenimento entre os brasileiros. Em um segundo grupo, com intensidade intermediária de consumo, encontram-se as redes sociais digitais, como Facebook, X (antigo Twitter) e TikTok. Entre os meios menos citados para entretenimento estão veículos tradicionais, como emissoras de rádio, jornais e revistas, além de plataformas digitais como podcasts, Telegram e Kwai.

Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:

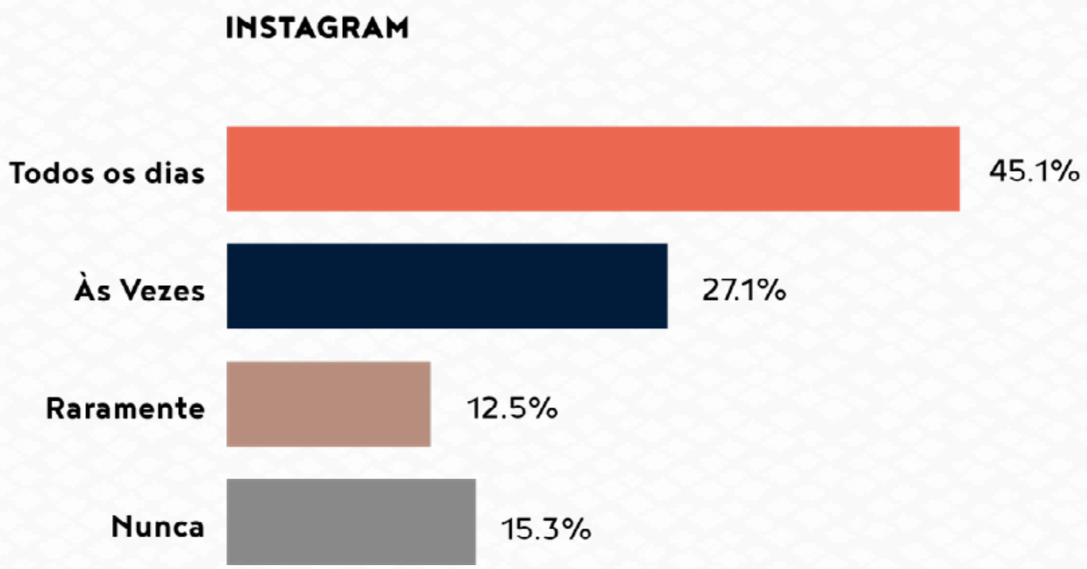


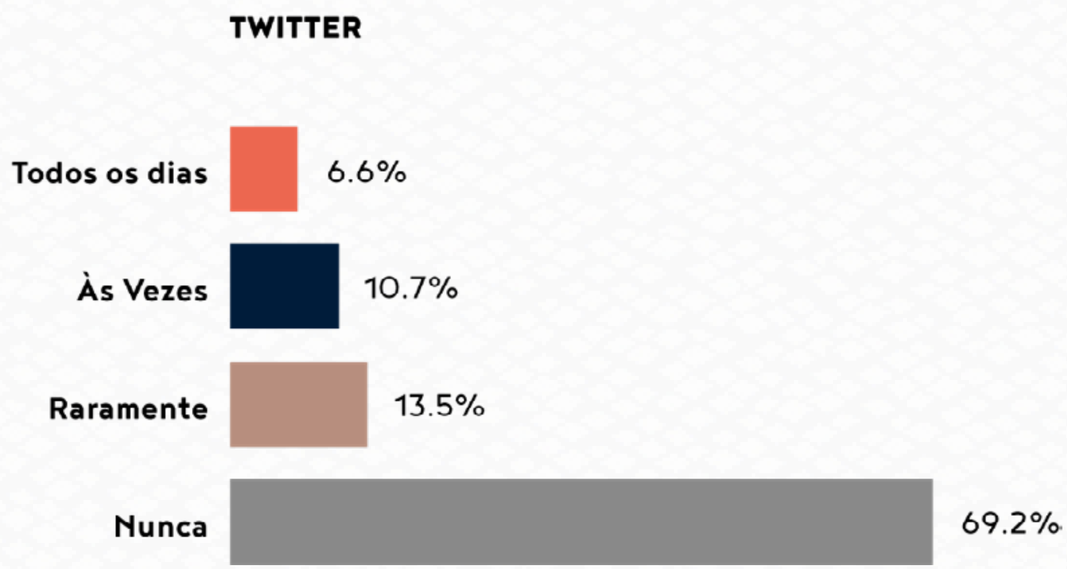
Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:



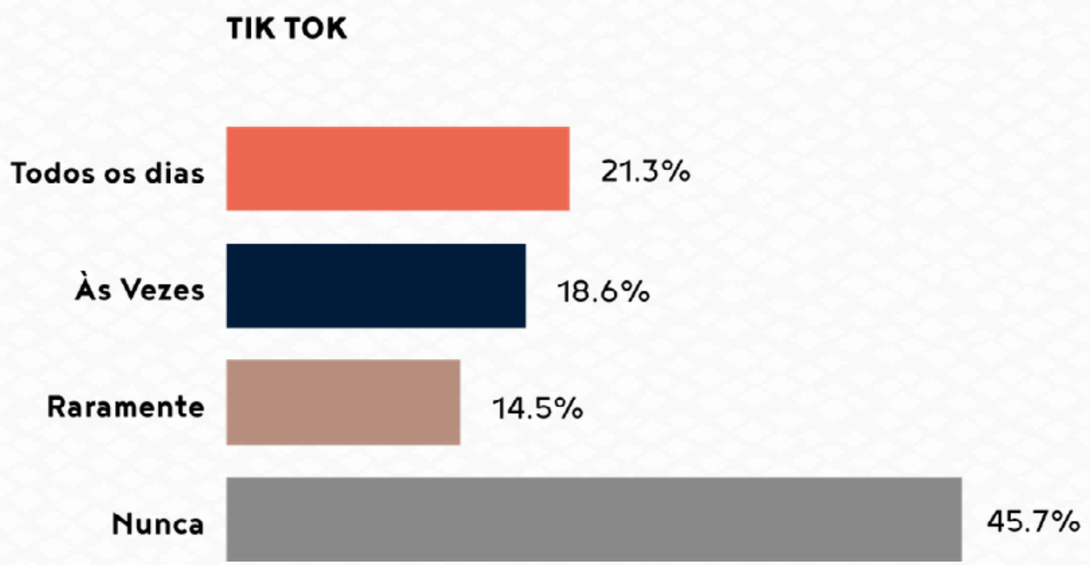


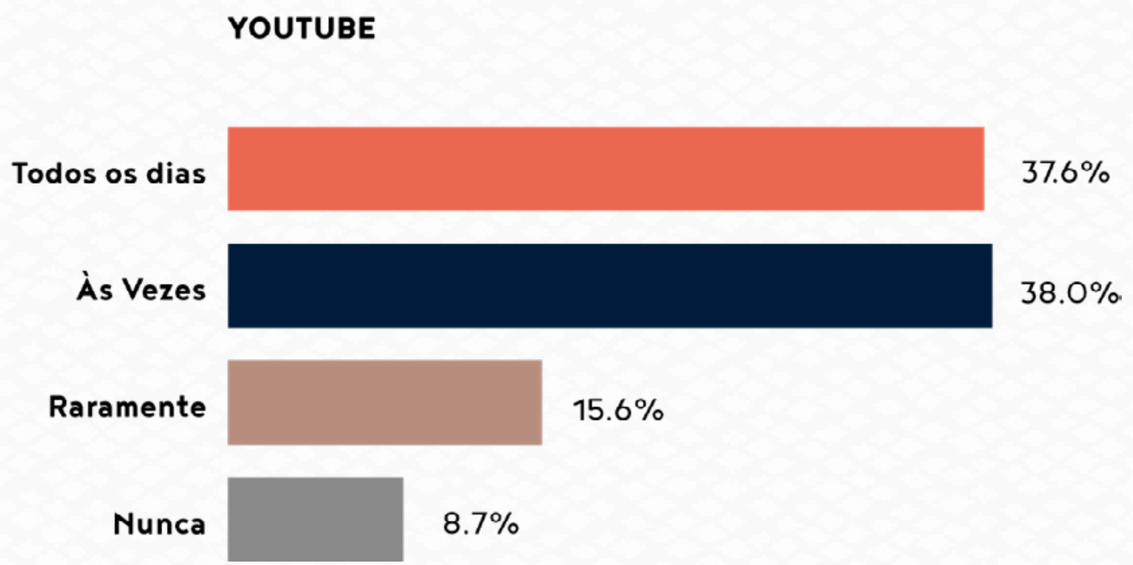
Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:



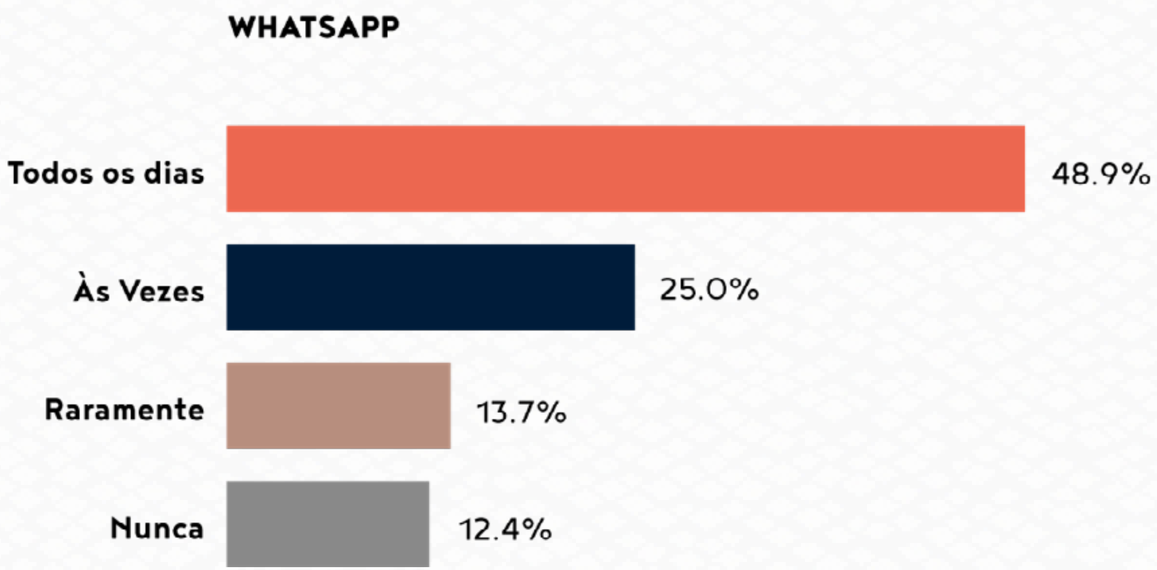


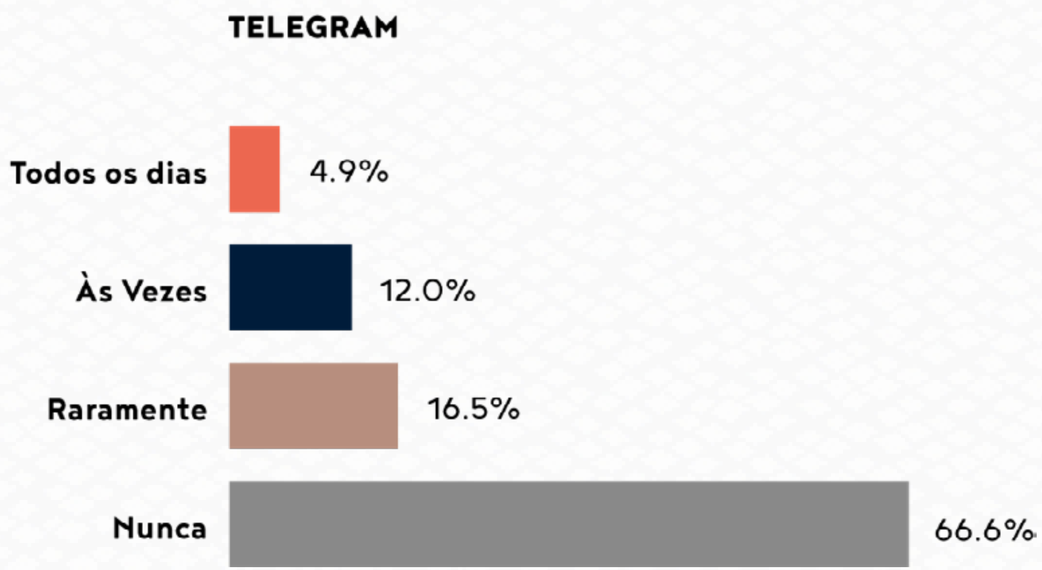
Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:



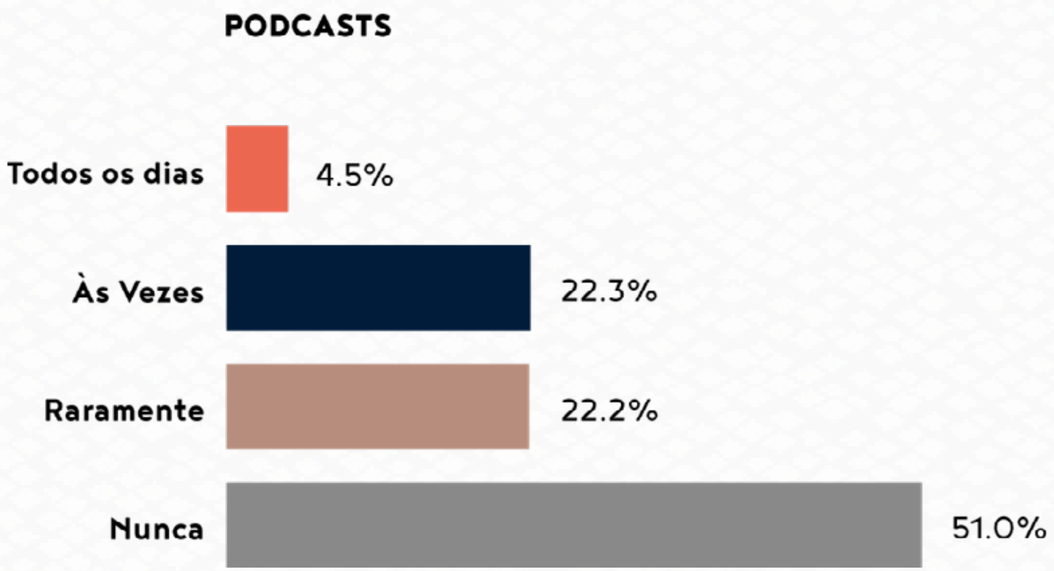


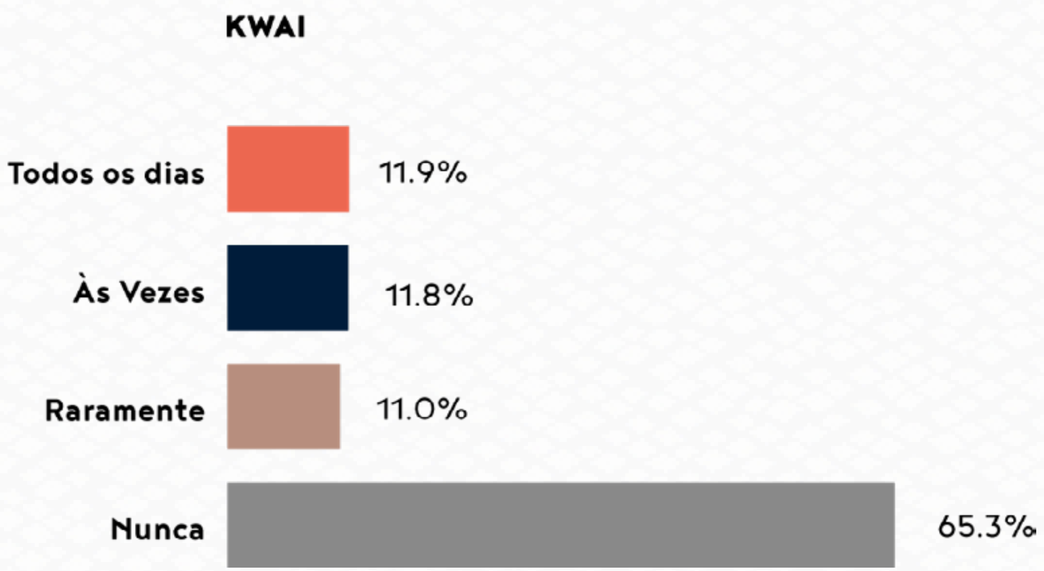
Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:





Quando você quer passar o tempo, se distrair ou ver alguma coisa divertida, que meios você usa? Responda se **nunca usa, usa raramente, às vezes ou todos os dias**:

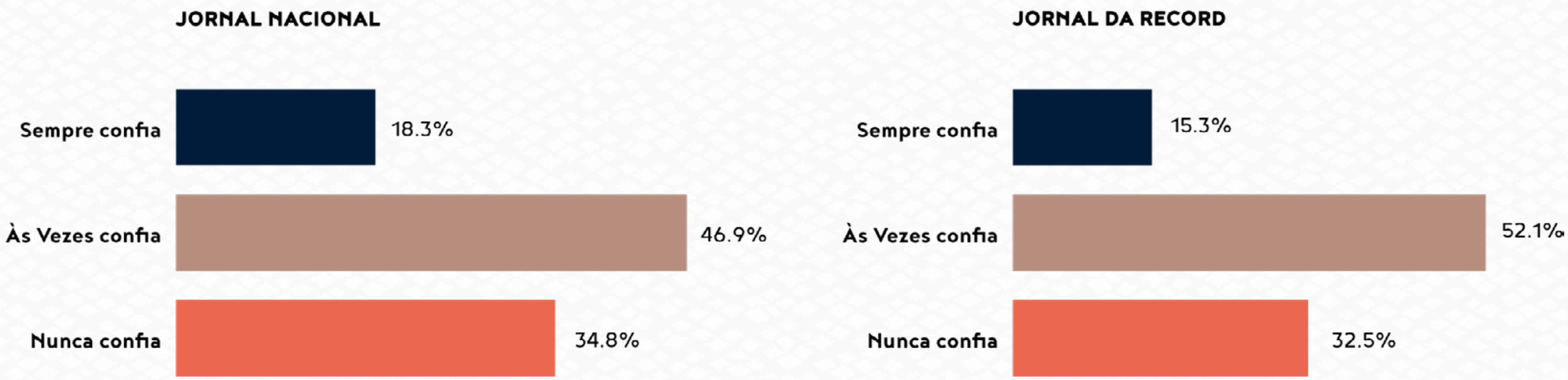




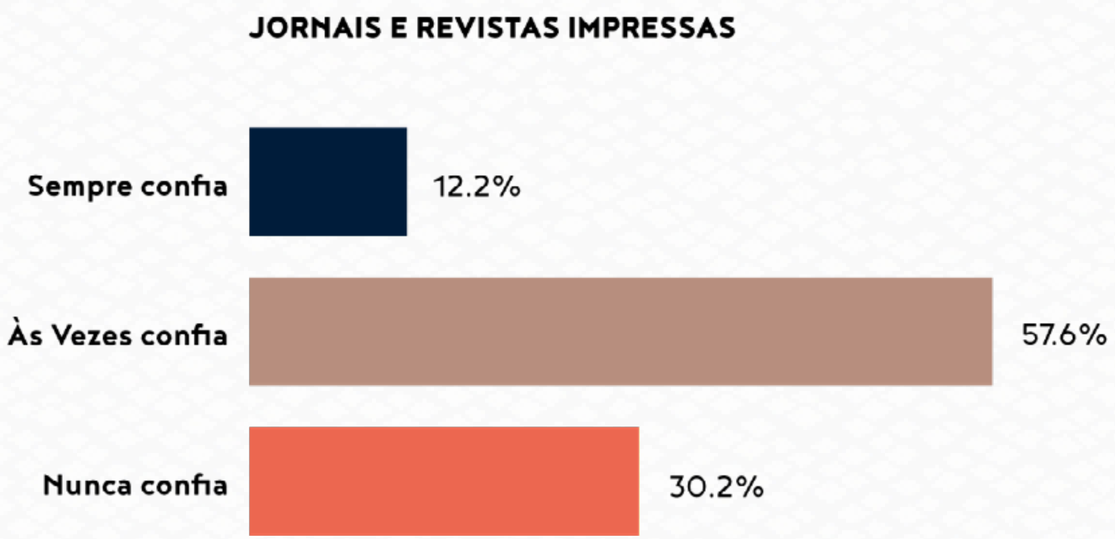
CONFIANÇA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA INFORMAÇÃO POLÍTICA

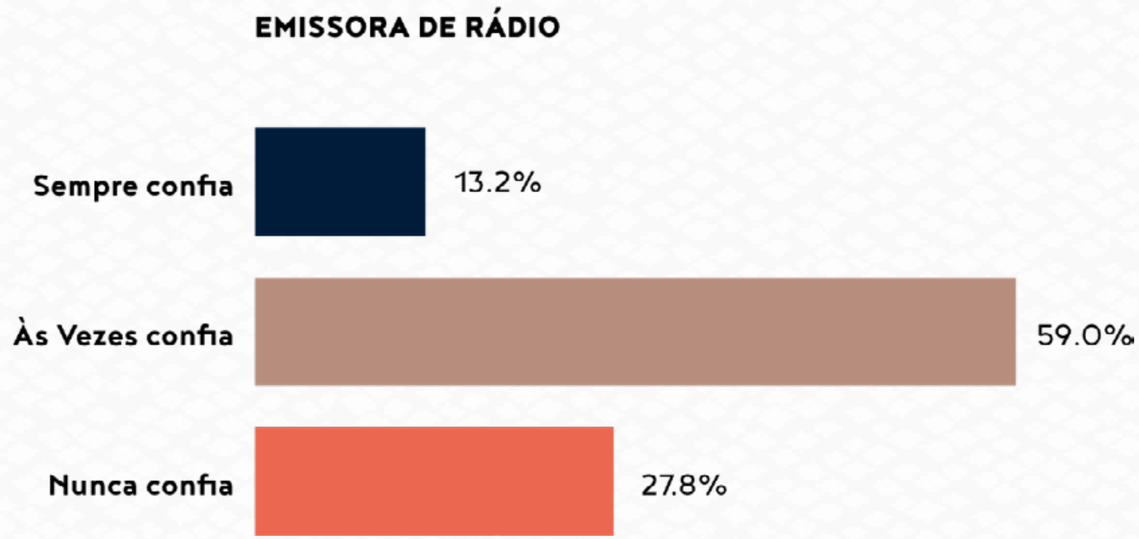
O bloco de perguntas sobre confiança nos meios de comunicação revela um padrão distinto daquele observado para a intensidade de consumo. Os resultados indicam que consumir um meio não implica necessariamente confiar nele. Os meios tradicionais, como televisão, emissoras de rádio, jornais e revistas impressos, inclusive quando acessados pela internet, apresentam os maiores níveis de confiança. Instagram, YouTube e WhatsApp, que figuram entre as principais fontes de informação política, registram percentuais intermediários de confiança. Entre os meios menos confiáveis para a obtenção de informações políticas estão Facebook, X (antigo Twitter), TikTok, podcasts, Telegram e Kwai.

Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.

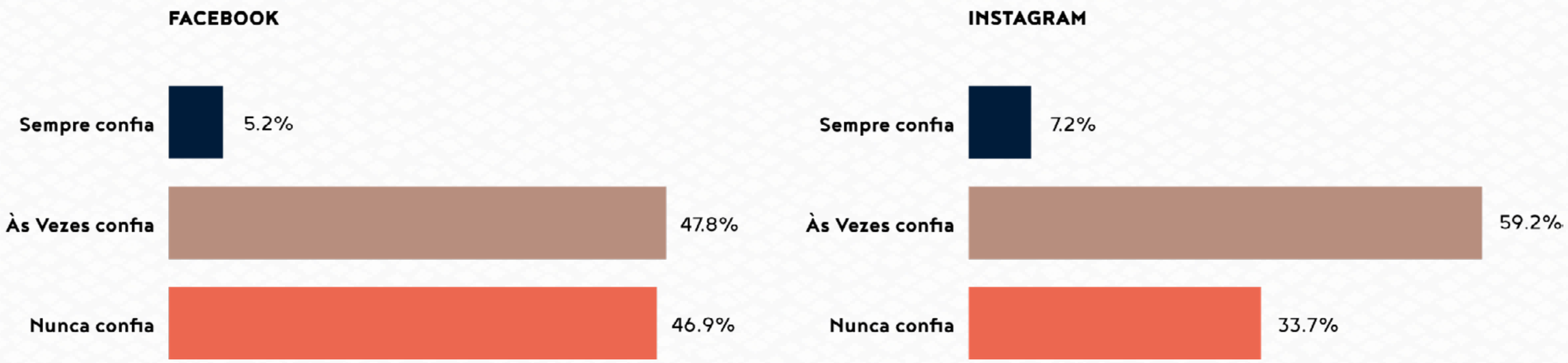


Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.

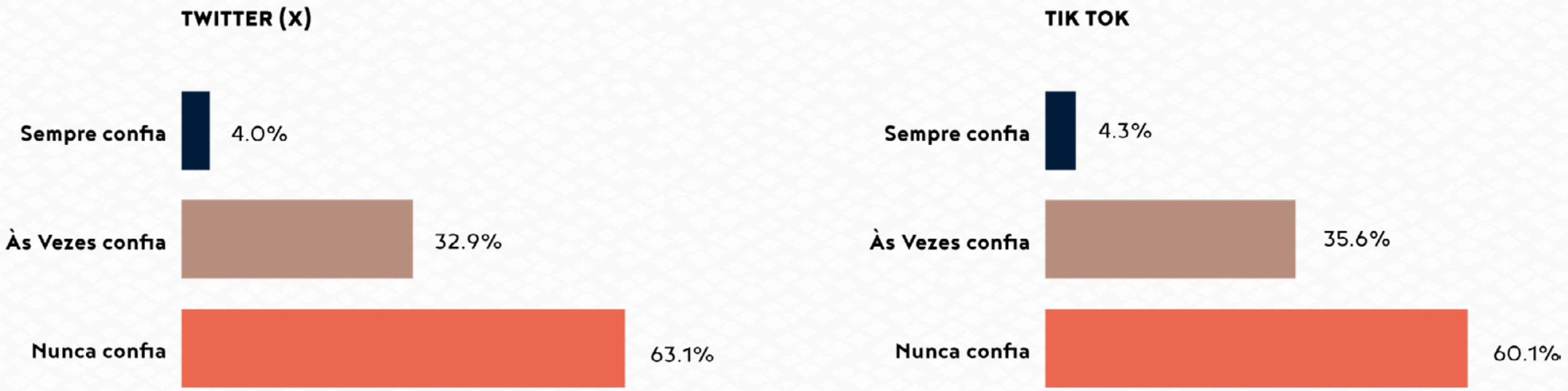




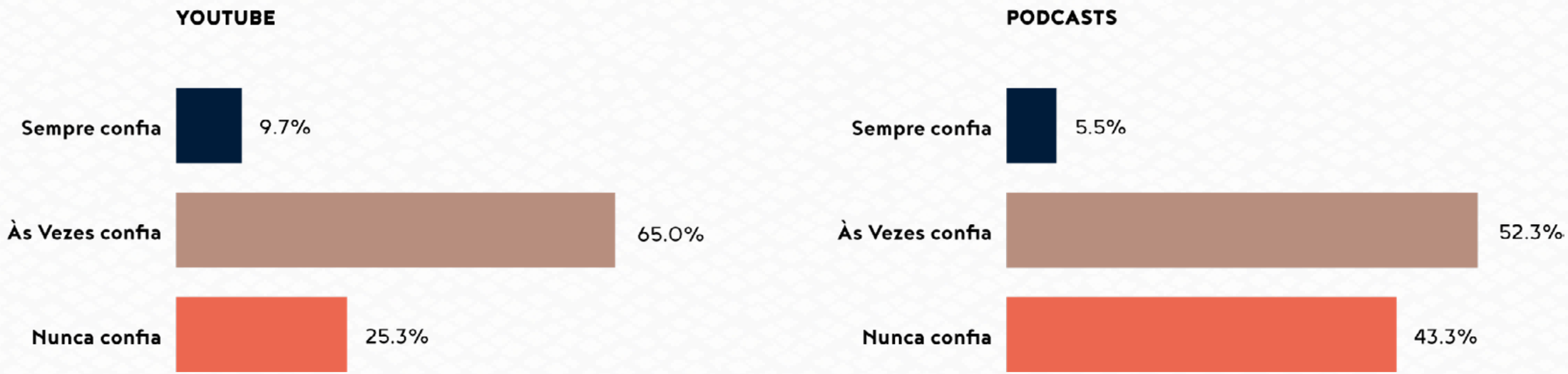
Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.



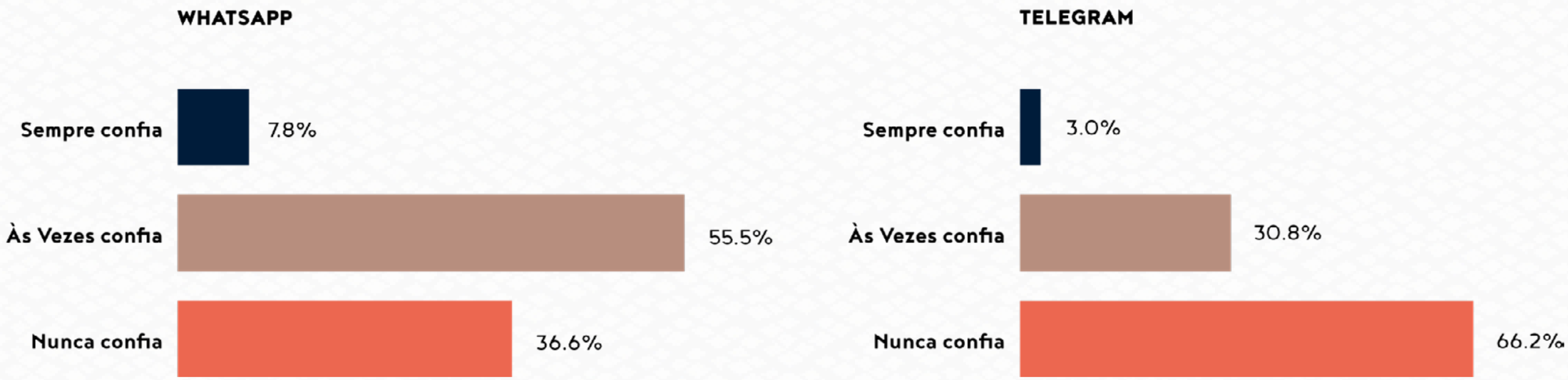
Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.



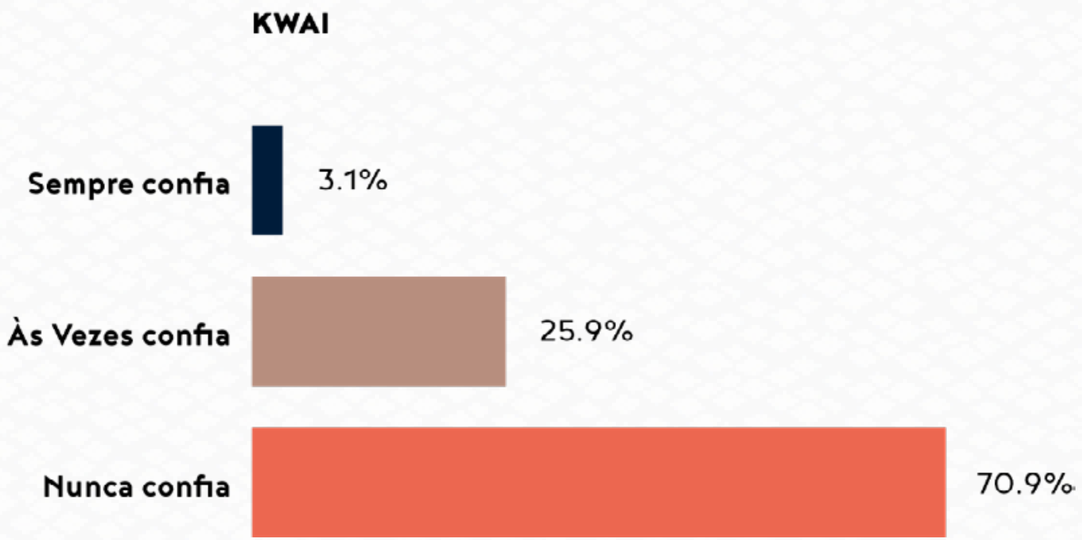
Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.



Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.



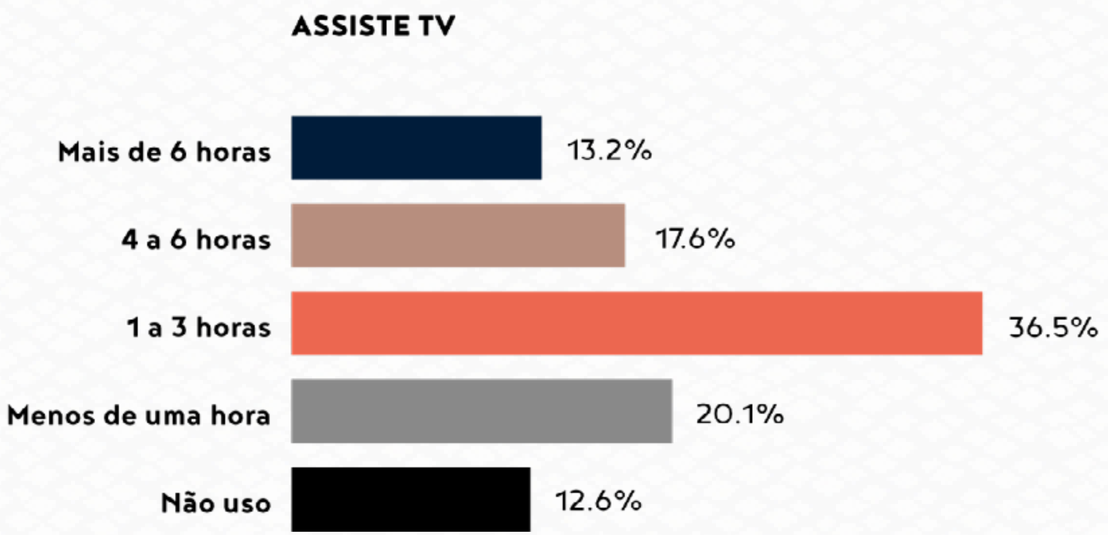
Quando o assunto é **política**, gostaria que me dissesse se **você nunca confia, às vezes confia ou sempre confia** quando você recebe informação de um desses meios de comunicação.

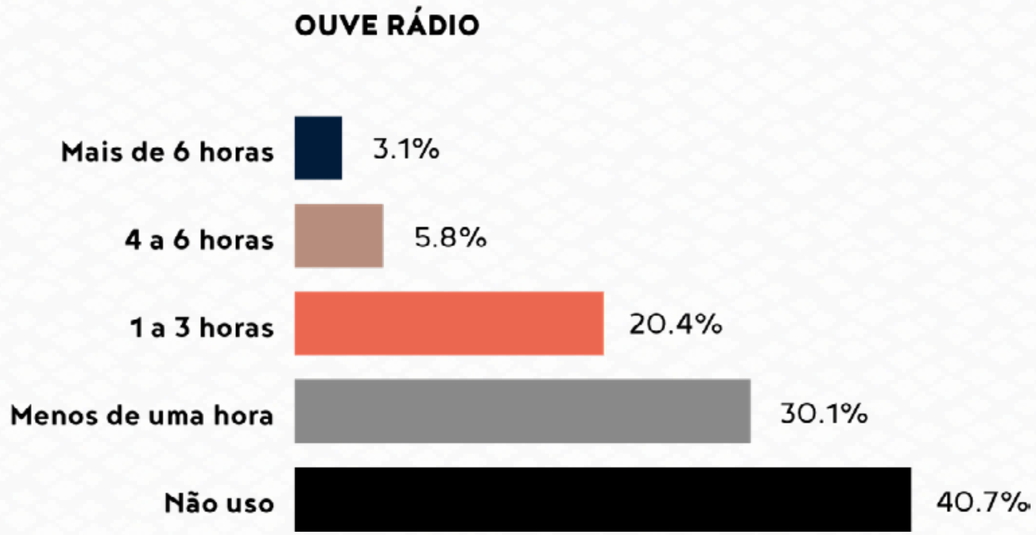


INTENSIDADE DE USO DE MEIO DE COMUNICAÇÃO

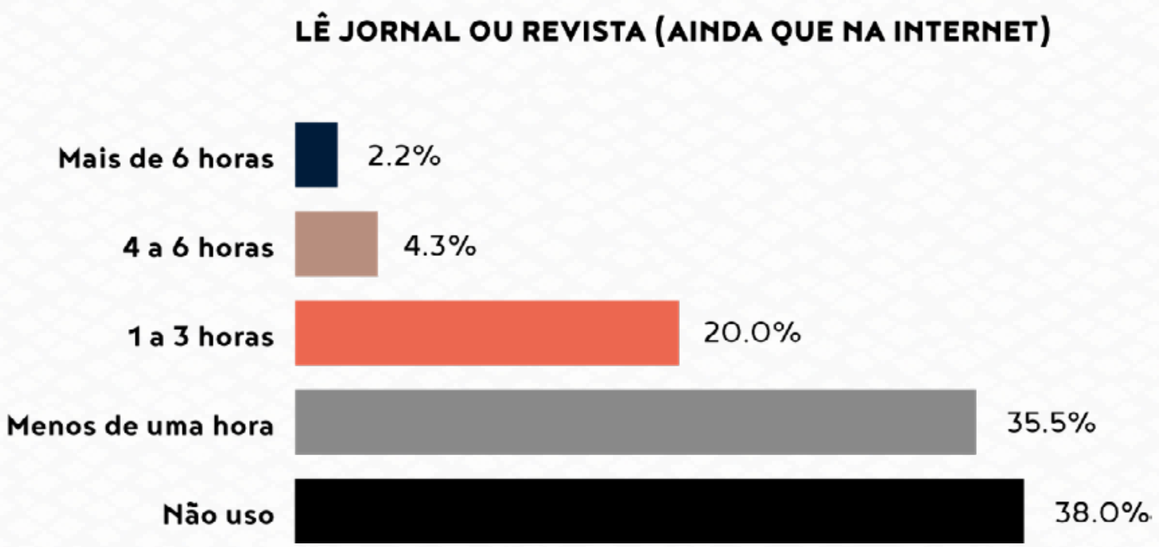
O painel também coletou informações sobre a intensidade de uso dos meios de comunicação em geral, e não apenas para obtenção de informação política. Segundo os entrevistados, o WhatsApp é o meio com o maior número de horas de uso diário. Em seguida aparecem televisão, Instagram e YouTube. Em um grupo intermediário estão Facebook e TikTok. Por fim, os meios com menor intensidade de uso diário são as emissoras de rádio, jornais e revistas impressos, mesmo quando acessados pela internet, além do X (antigo Twitter), podcasts e Telegram.

Por **quantas horas**, por dia, aproximadamente você:

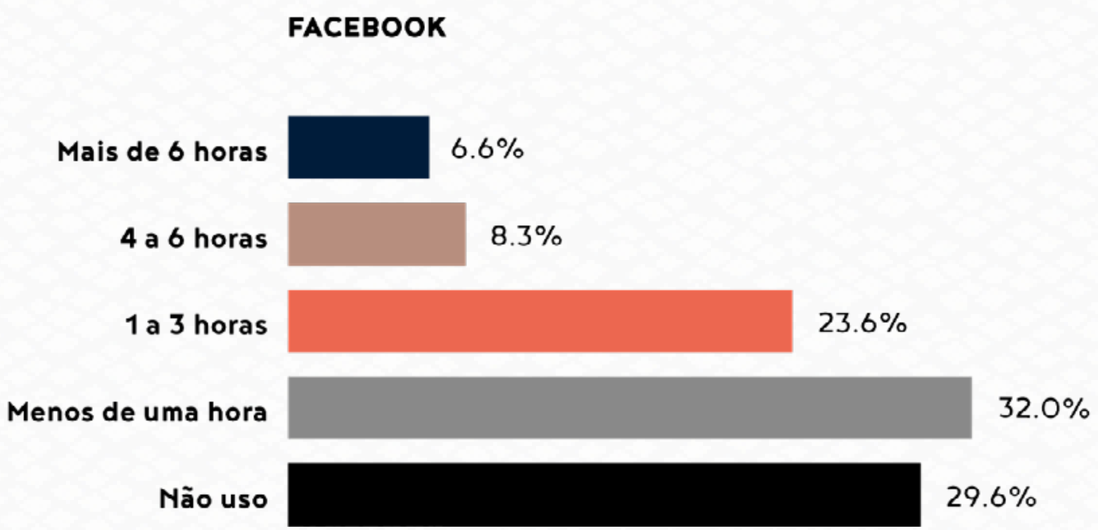


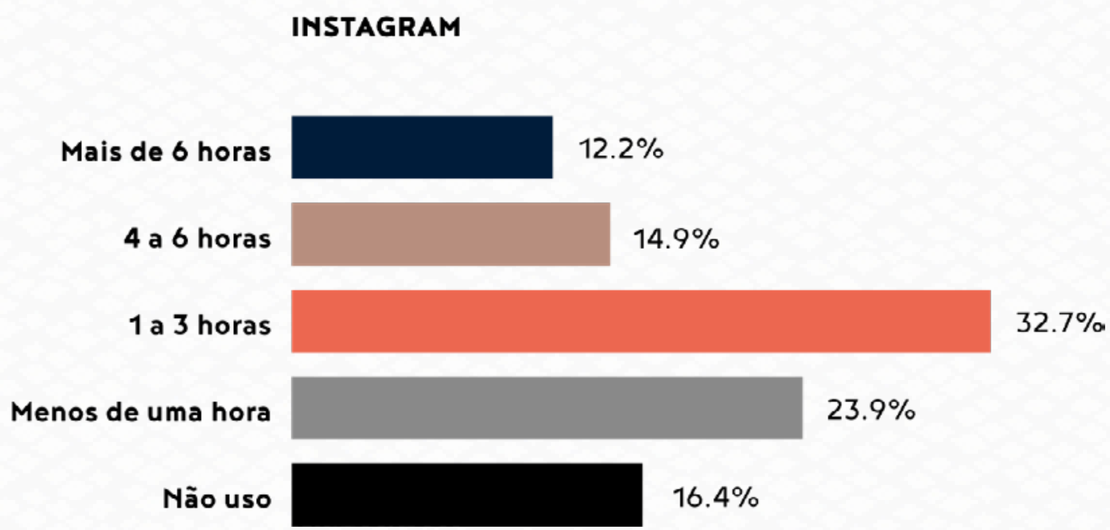


Por **quantas horas**, por dia, aproximadamente você:

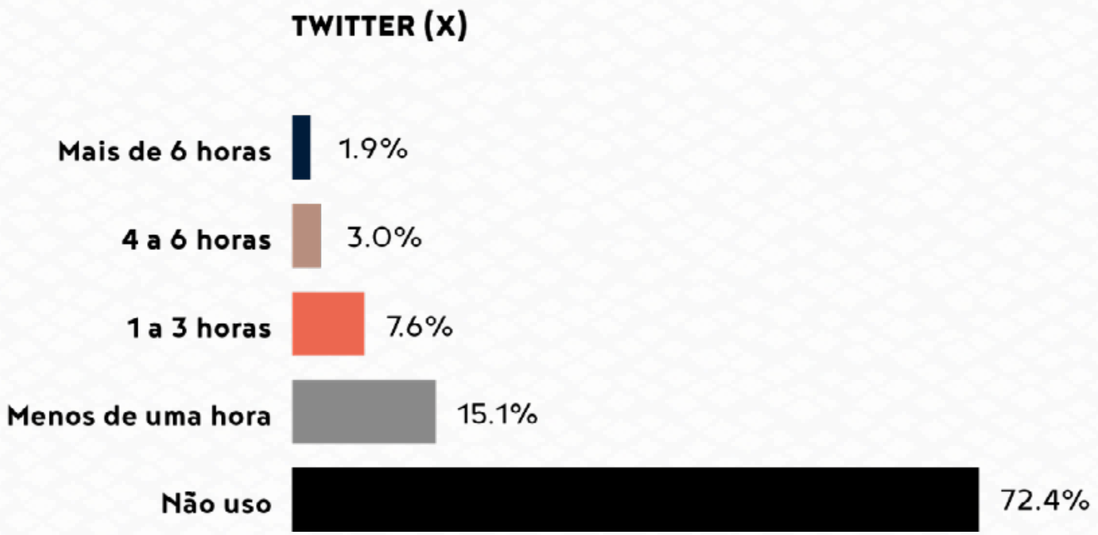


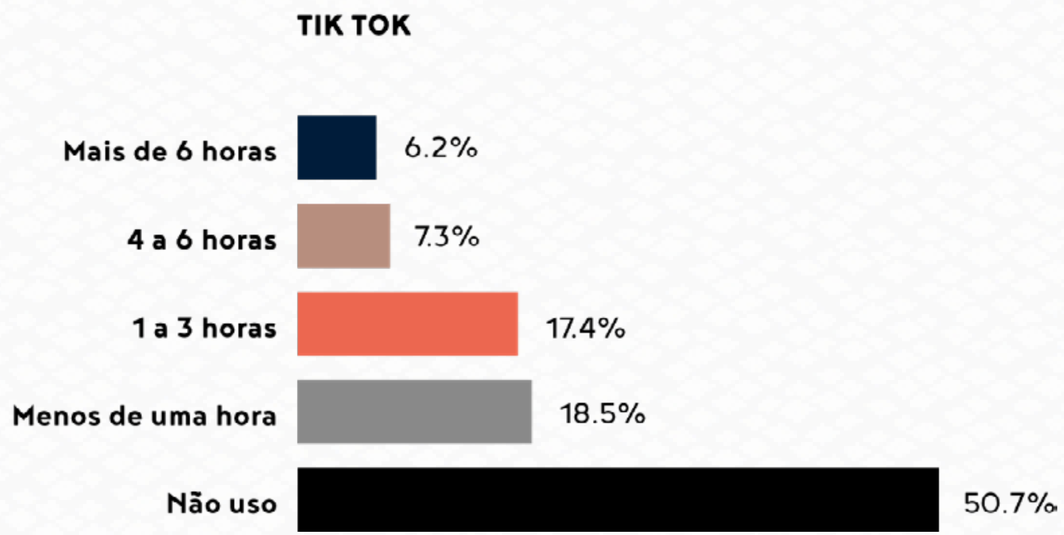
Por **quantas horas**, no dia, aproximadamente você utiliza as seguintes **redes sociais**:



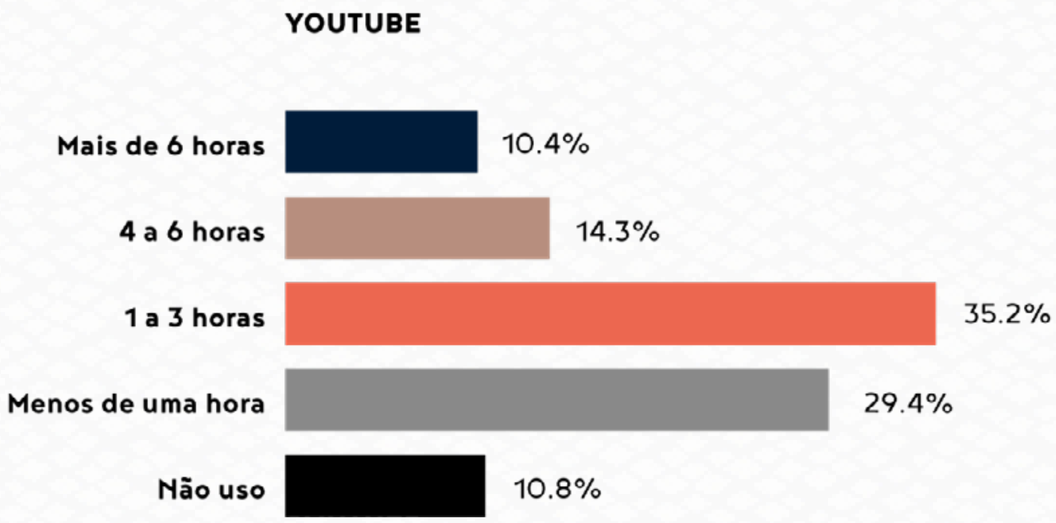


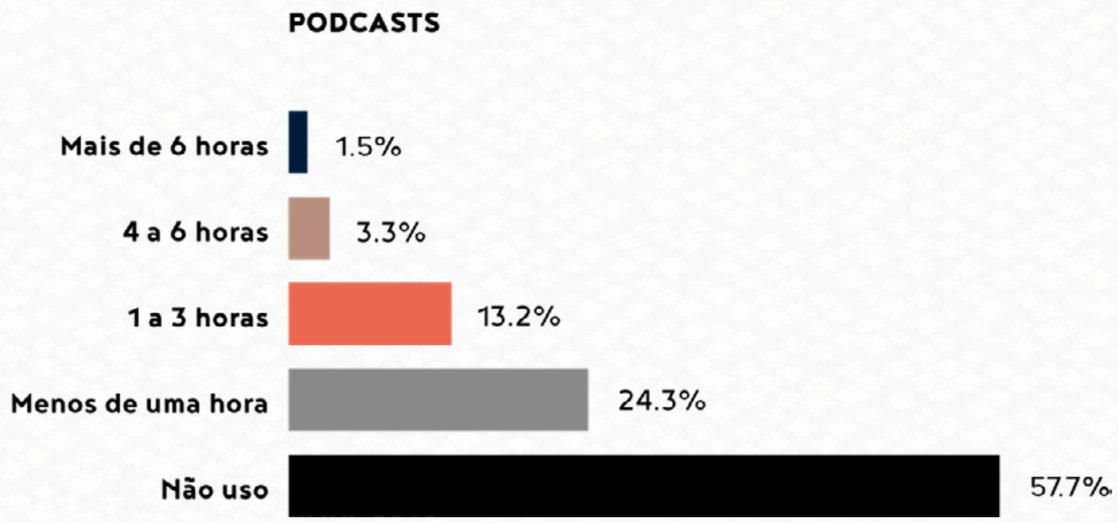
Por **quantas horas**, no dia, aproximadamente você utiliza as seguintes **redes sociais**:



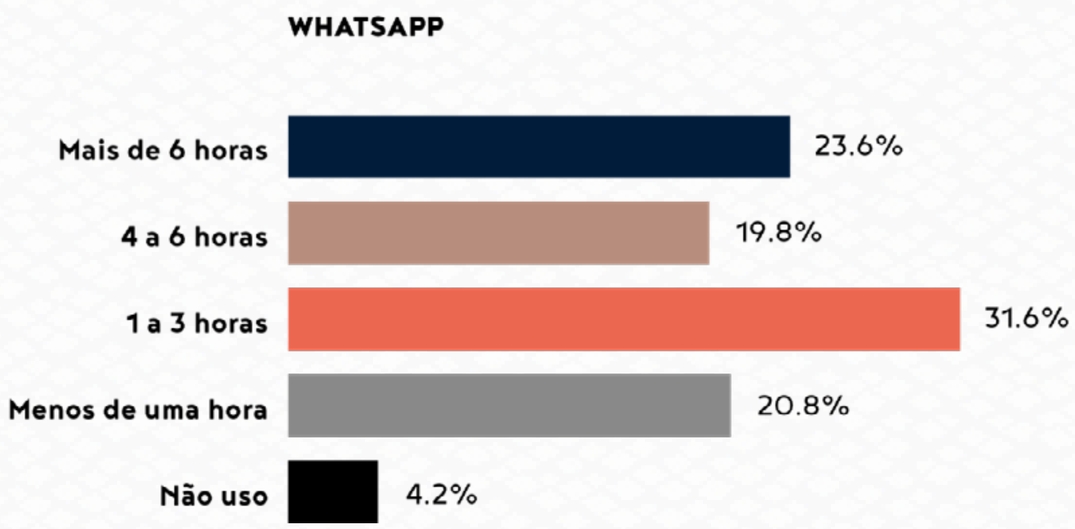


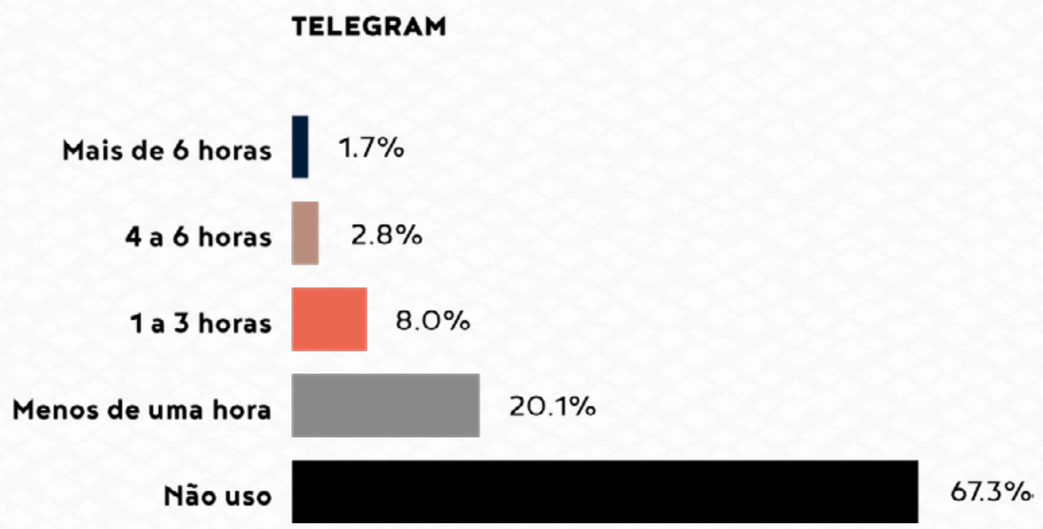
Por **quantas horas**, no dia, aproximadamente você utiliza as seguintes **redes sociais**:



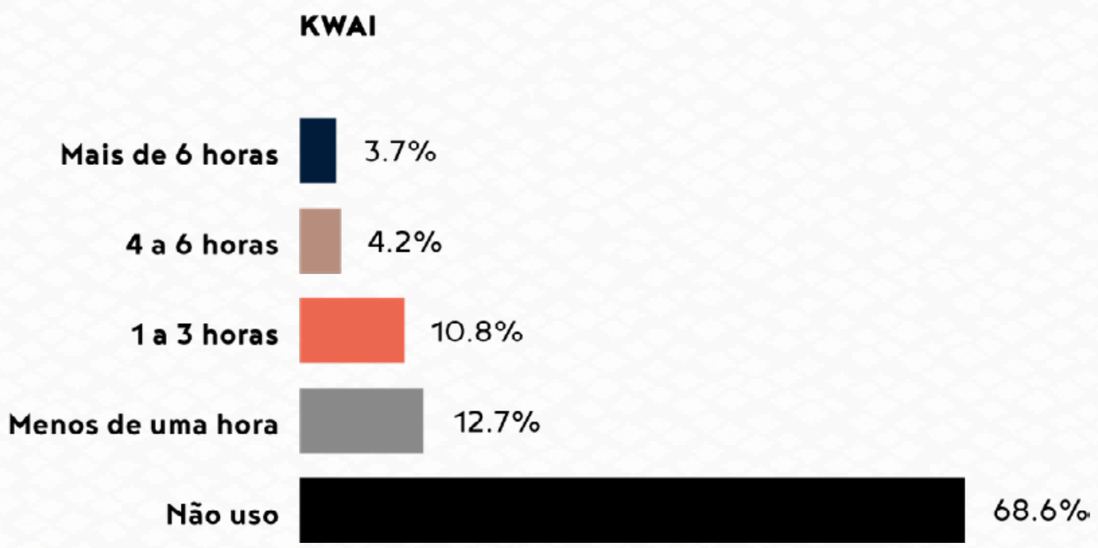


Por **quantas horas**, no dia, aproximadamente você utiliza as seguintes **redes sociais**:





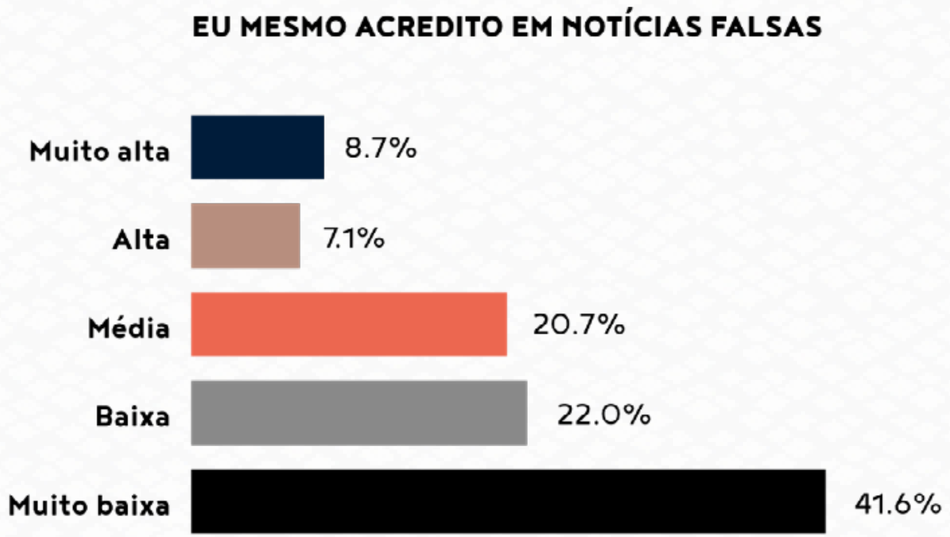
Por **quantas horas**, no dia, aproximadamente você utiliza as seguintes **redes sociais**:

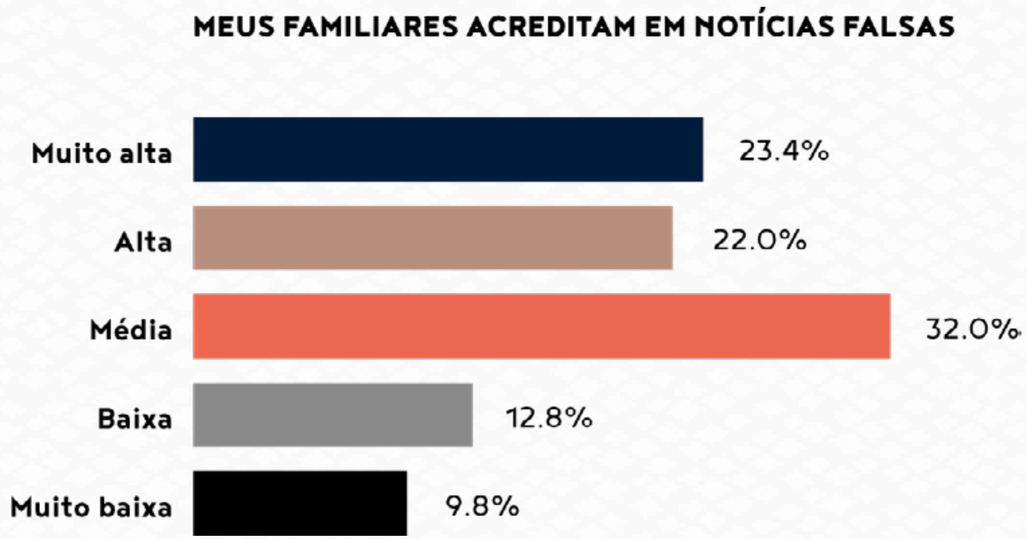


NOTÍCIAS FALSAS

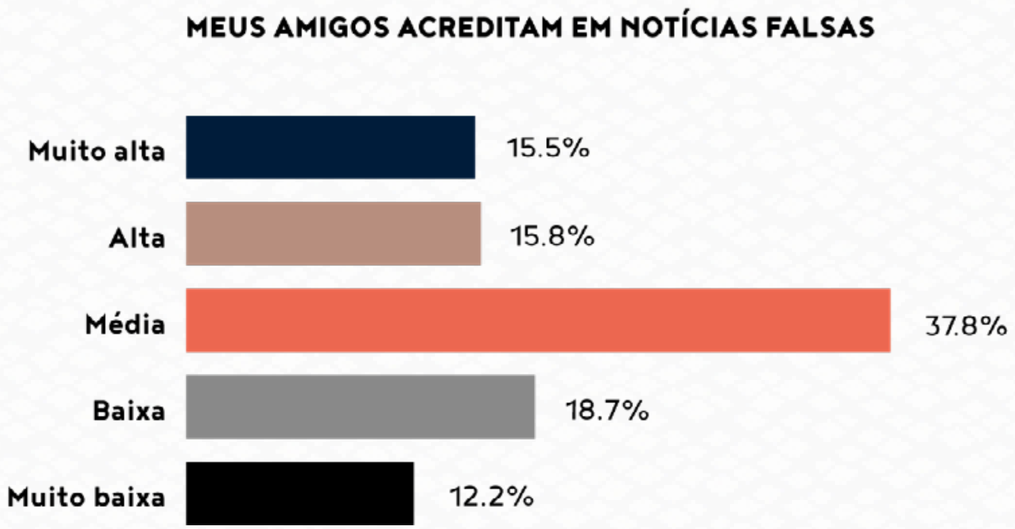
O painel do INCT.DD buscou identificar tanto a crença em notícias falsas quanto a disposição para desmenti-las em diferentes contextos sociais. No primeiro caso, os resultados mostram que os brasileiros se percebem como menos propensos a acreditar em notícias falsas do que seus amigos, familiares e a população em geral, nessa ordem. Um resultado relevante é que os entrevistados consideram seus familiares mais suscetíveis à desinformação do que seus amigos. Em relação à disposição para desmentir notícias falsas, observa-se que a probabilidade de ação aumenta à medida que diminui a distância social. Os maiores percentuais de disposição para corrigir informações falsas são observados em jantares familiares e em grupos fechados de redes sociais compostos por familiares. Em seguida aparecem confraternizações com amigos, reuniões de trabalho e redes sociais abertas. Já em contextos mais impessoais, como filas de supermercado, registram-se os menores níveis de disposição para desmentir notícias falsas.

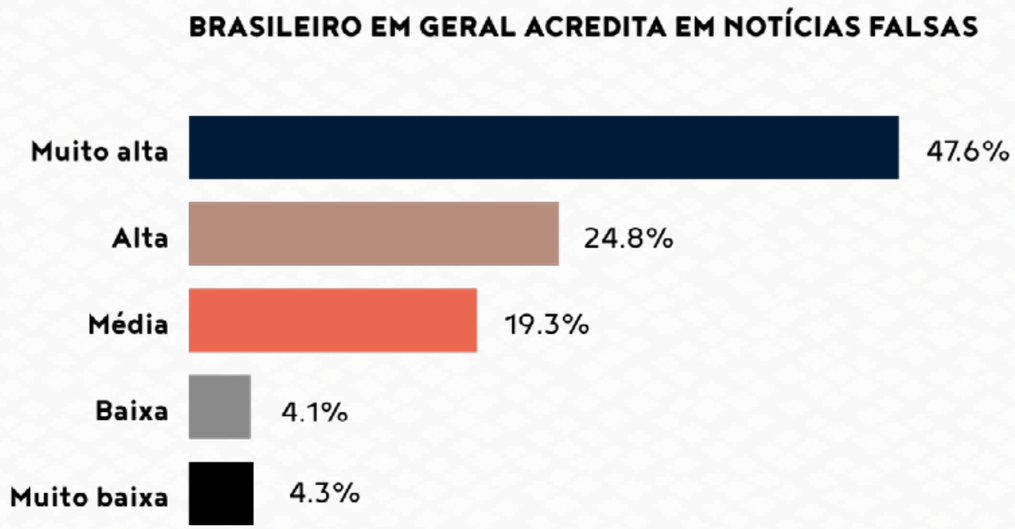
De 1 a 5, sendo 1 muito baixo e 5 muito alto, qual o **risco** das seguintes **pessoas acreditarem em notícias falsas**?



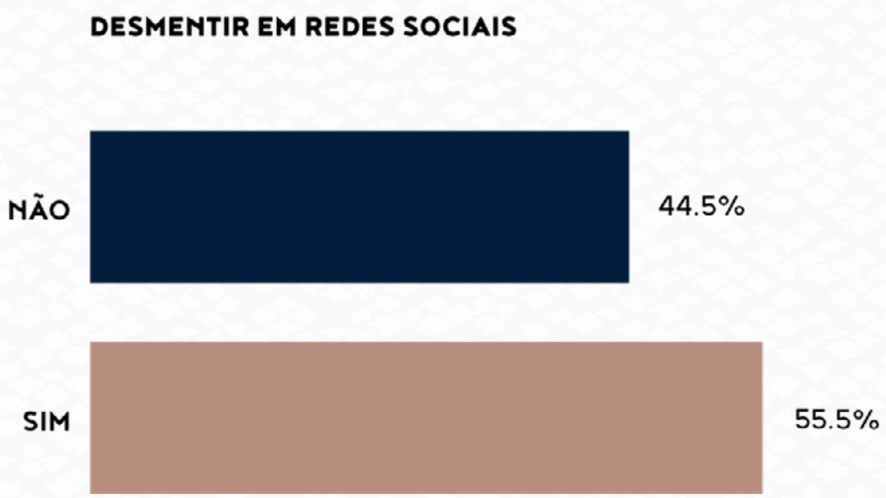


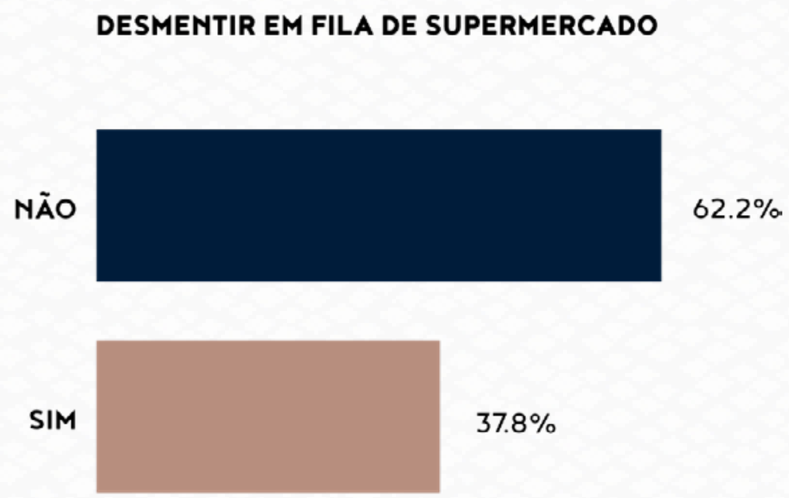
De 1 a 5, sendo 1 muito baixo e 5 muito alto, qual o **risco** das seguintes **pessoas acreditarem em notícias falsas**?



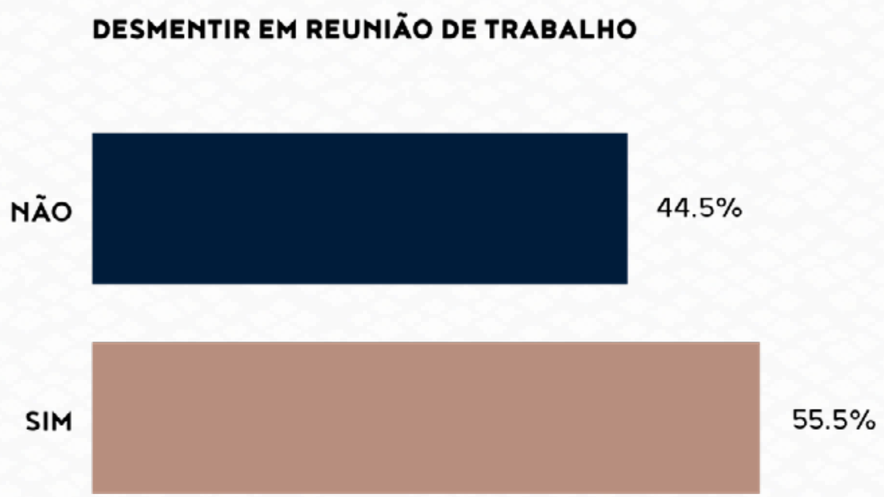


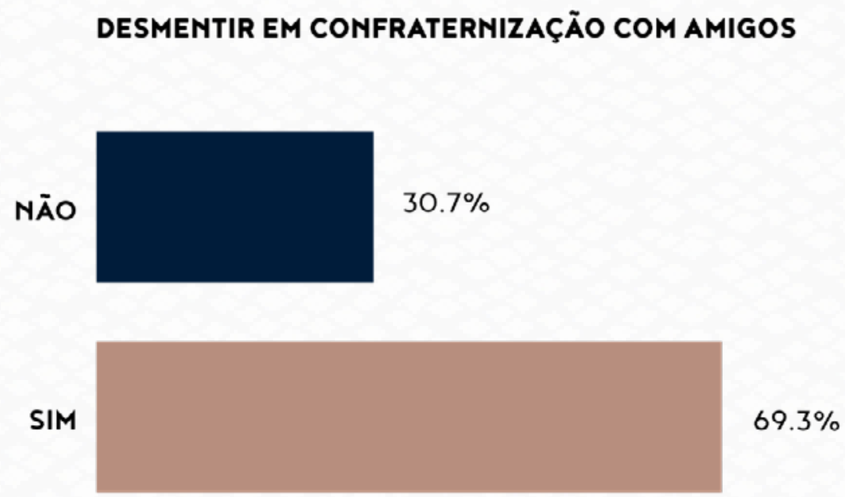
Vamos supor que **você escutou uma notícia falsa grave** sobre política nas seguintes situações, **você desmentiria**? **Sim ou não**?



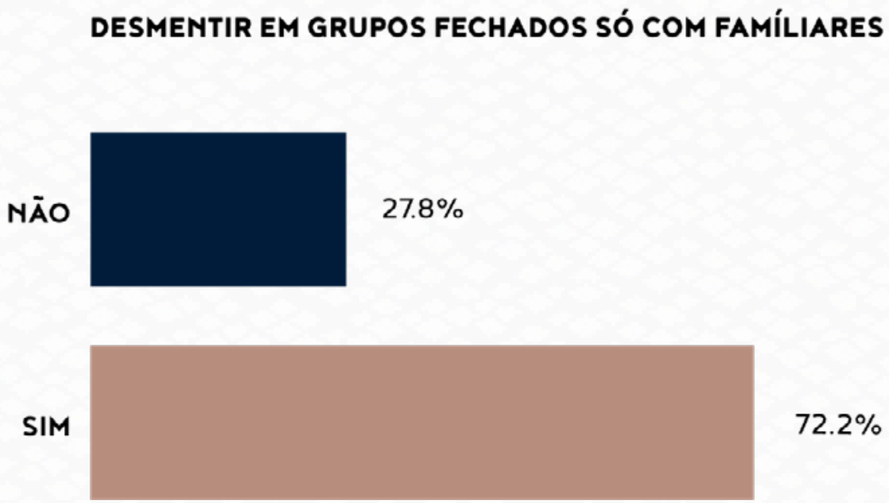


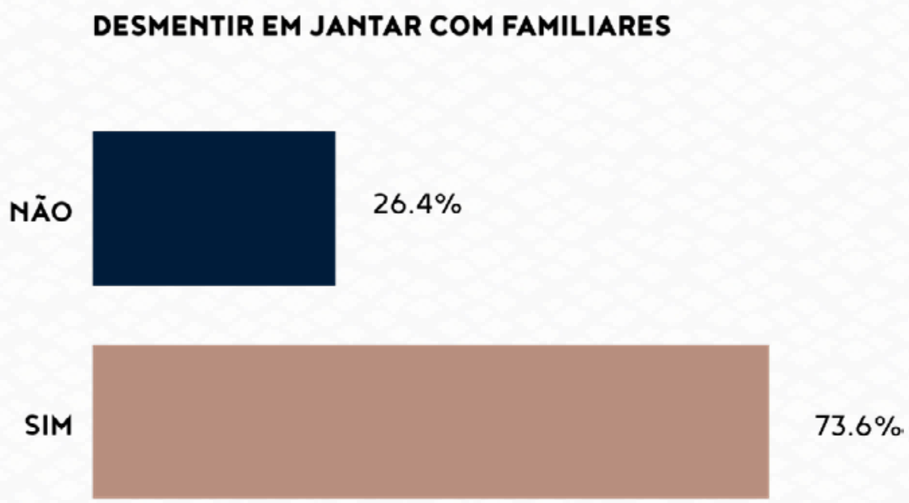
Vamos supor que **você escutou uma notícia falsa grave** sobre política nas seguintes situações, **você desmentiria**? **Sim ou não**?





Vamos supor que **você escutou uma notícia falsa grave** sobre política nas seguintes situações, **você desmentiria**? **Sim ou não**?

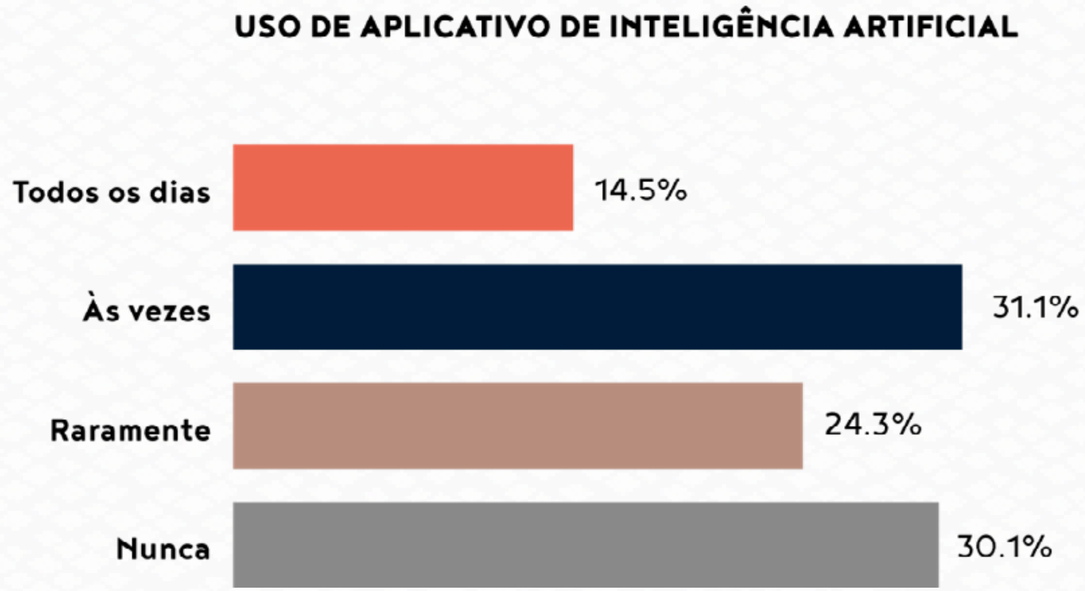




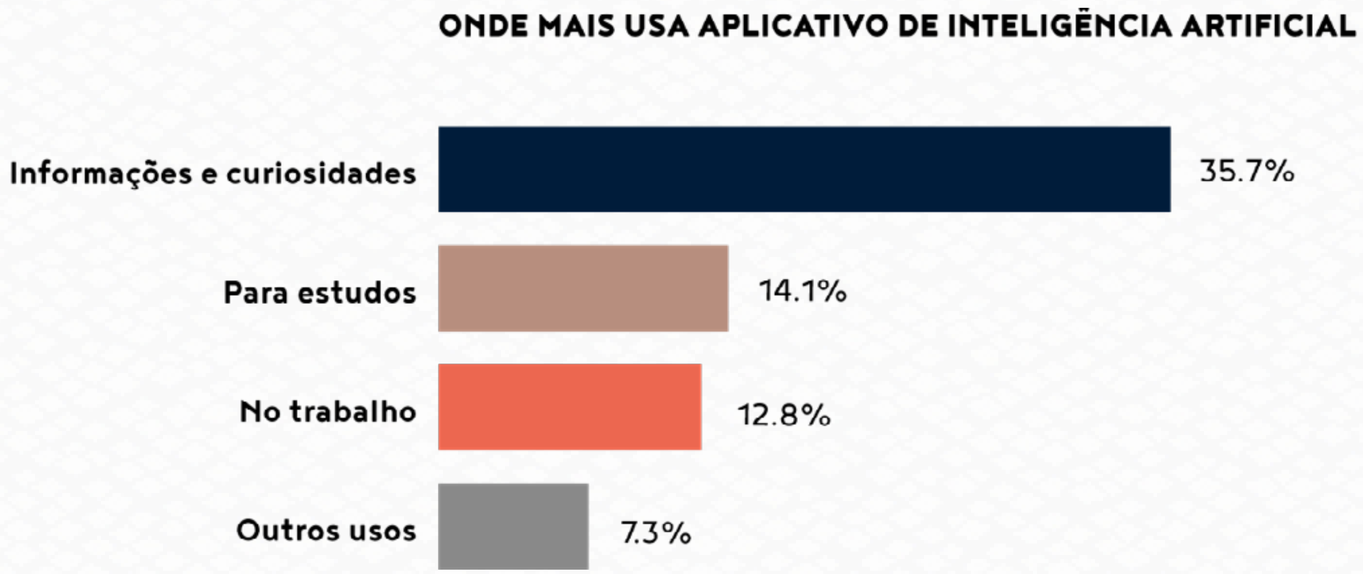
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A primeira onda do Painel do INCT.DD sobre Consumo de Mídia e Comportamento Político incluiu um bloco de perguntas sobre o uso e a confiança em aplicativos de inteligência artificial. Trata-se de uma das primeiras fontes de dados sobre a relação entre essas tecnologias e o público brasileiro em geral. Em relação ao uso direto de aplicativos de inteligência artificial, quase um terço da população afirma nunca ter utilizado esse tipo de ferramenta. Entre os respondentes que já fizeram uso desses aplicativos, mais de um terço aponta a busca por informações gerais e curiosidades como principal finalidade. Outra informação relevante diz respeito aos níveis de confiança. Entre aqueles que já utilizaram aplicativos de inteligência artificial, cerca de metade afirma confiar neles apenas algumas vezes. Já o percentual dos que sempre confiam é semelhante ao dos que nunca confiam.

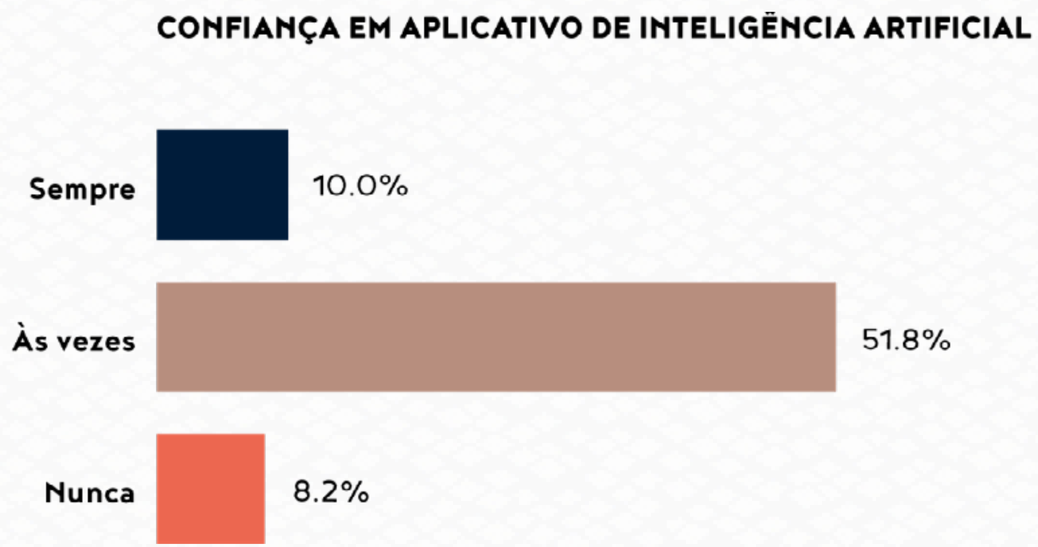
Sobre o uso de aplicativos de **Inteligência Artificial** como ChatGPT, Gemini, Grok, DeepSeek e outros, gostaria de saber se **você nunca usou**, **usa raramente**, **às vezes ou usa todos os dias**?



Qual a **principal finalidade** do uso que você faz para os aplicativos de **Inteligência Artificial**?



Quanto **você confia nas informações** que recebe dos aplicativos de **inteligência artificial**?



EXPEDIENTE

Painel digital sobre comportamento político e consumo de mídias no Brasil 2026-1
Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD)
Coordenação da Pesquisa: **Emerson Urizzi Cervi**
Equipe Técnica: **Eurico Oliveira Matos Neto, Wladimir Ganzelevitch Gramacho, Wilson da Silva Gomes, Samuel Anderson Rocha Barros, Dilvan Passos de Azevedo, João Senna Teixeira.**
Análise e Redação: **Emerson Urizzi Cervi**
Editoração: **Maria Eduarda Costa da Silva**
Data de Publicação: **jun/2026**
DOI: **10.5281/zenodo.20739388**
Reprodução permitida mediante citação da fonte.

INCT DD

INSTITUTO NACIONAL DE
CIÊNCIA & TECNOLOGIA
EM DEMOCRACIA DIGITAL

inct.dd

inctdd.org