

# OS VETORES DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA EM APLICATIVOS DE MENSAGENS

*hábitos e percepções dos brasileiros*

Edição 5  
2024/2025

INTERNETLAB





# METODOLOGIA

Quantitativa | Survey amostral | 5ª edição - 2024/2025

## Coleta de dados

Painel de respondentes online.

## Público

População brasileira com 16 anos ou mais, com acesso à internet e que usa WhatsApp e/ou Telegram

## Data de realização

20.nov a 10.dez.2024.

## Amostra

3.113 entrevistas distribuídas nas 5 regiões do Brasil.

## Margem de erro

3 pontos percentuais sobre o total da amostra (intervalo de confiança de 95%).

## Fatores de ponderação

Amostra proporcional ao universo pesquisado, não houve necessidade de ponderação.

## Comparativo entre edições

Métodos de coleta dos dados, margem de erro e ponderação foram os mesmos em todas as edições.

Edição	Data da realização	Amostra
5ª (2024/2025)	20.nov a 10.dez.2024	3.113 entrevistas
4ª (2023/2024)	15.Jan a 2.fev.2024	3.183 entrevistas
3ª (2022/2023)	1 a 20 dez.2022	3.121 entrevistas
2ª (2021/2022)	16 a 28 dez.2021	2.018 entrevistas
1ª (2020/2021)	7 a 16 dez.2020	3.113 entrevistas

# METODOLOGIA

Qualitativa | Grupos de discussão | 5ª edição - 2024

## Coleta de dados

Discussão em plataforma online.

## Público

População brasileira com 16 anos ou mais, com acesso à internet e que usa WhatsApp e/ou Telegram e/ou outros aplicativos de trocas de mensagem.

## Data de realização

6.out a 6.nov.2024.

**Total de 12 grupos com 5 a 8 pessoas por grupo, sendo:**

### Grupos por idade e porte do município

	Menos de 40 anos	40 anos ou mais
Capital	1	1
Região metropolitana	1	1
Interior	1	1

### Grupos por posicionamento político (autodeclarado)

Bolsonaristas	Lulistas	Extrema direita	Extrema esquerda
1	1	1	1

### Grupos por segmentos específicos (autodeclarado)

Sem posicionamento político	Evangélicos
1	1

## Comparativo entre edições

Método de coleta dos dados foi o mesmo em todas as edições da pesquisa. Porém, com variações de segmentação dos grupos, conforme tabela abaixo:

Edição	Data da realização	Amostra	Segmentação
5ª (2024/2025)	6 out a 6.nov.2024	12 grupos de discussão	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por idade e porte do município</li> <li>Por posicionamento político autodeclarado</li> <li>Por religião autodeclarada</li> </ul>
3ª (2022/2023)	18.out a 3.nov.2022	9 grupos de discussão	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por idade e porte do município</li> <li>Por posicionamento político autodeclarado</li> </ul>
2ª (2021/2022)	22 a 30.jul.2022	10 grupos de discussão	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por escolaridade e aplicativos utilizados</li> <li>Por posicionamento político autodeclarado</li> </ul>
1ª (2020/2021)	11.nov a 14.dez.2020	7 grupos de discussão	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por idade e porte do município</li> </ul>

## NOTA TÉCNICA

## COMO LER ESTE RELATÓRIO

Todas as informações deste relatório que estiverem em gráficos são relativas à coleta de 2024.

Quando possível realizar comparações com as edições anteriores, os dados estarão apresentados em tabelas, ao lado dos gráficos da 5ª edição (2024/2025).

Para facilitar as análises e comparações de contexto, todos os dados quantitativos apresentados estarão identificados pelo ano da coleta.

Os textos e os quadros apresentados neste relatório são análises produzidas pela equipe de pesquisa, baseadas nas informações acumuladas de todas as edições da pesquisa.

Todas as afirmações mencionadas nesse relatório entre aspas são fruto dos grupos de discussão da edição 2024.

Para permitir a comparação histórica dos dados, metade do questionário utilizou perguntas iguais às já aplicadas nas edições anteriores dessa pesquisa (sobre as eleições municipais de 2020, publicada em 2021 e sua atualização de 2022, que tratou das eleições presidenciais).

Quando possível, são realizadas comparações dos dados entre as edições, priorizando um olhar entre 2024 e 2020, ambos períodos de eleições para prefeito e vereador.

Em 2020 não houve perguntas sobre o Telegram, de modo que o comparativo entre edições sobre o uso deste aplicativo só é possível a partir da edição 2021.

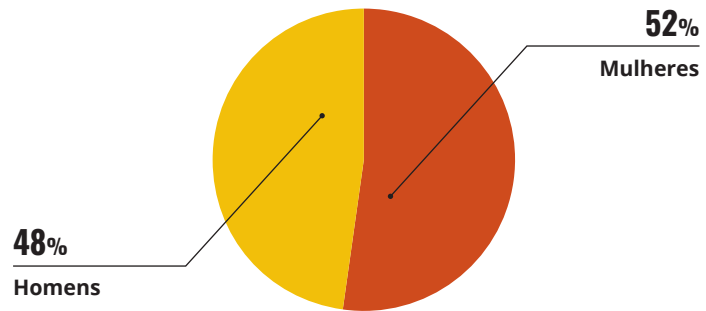
Perguntas sobre uso dos aplicativos de vídeos curtos (TikTok e Kwai) foram incluídas a partir de 2022.

Perguntas sobre novas funcionalidades do Whatsapp, como canais, comunidades e status foram incluídas em 2023.

Em 2024 foram adicionadas perguntas sobre inteligência artificial.

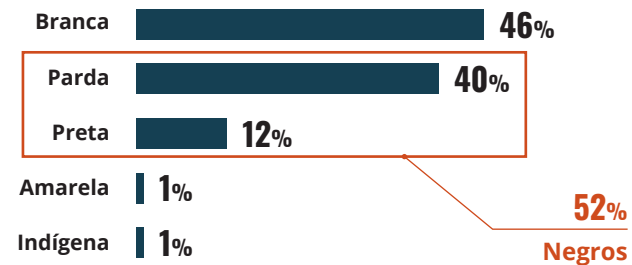
# PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

## Â GÊNERO



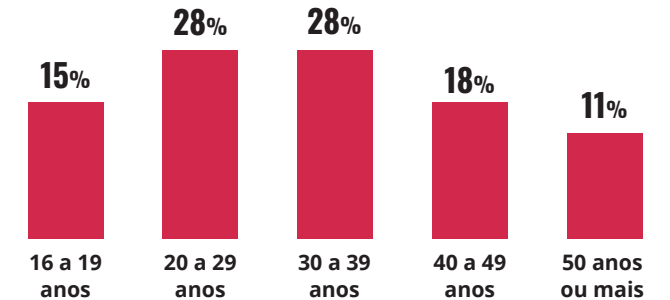
2023	2022	2021	2020
mulheres 53%	mulheres 51%	mulheres 51%	mulheres 51%
homens 47%	homens 49%	homens 49%	homens 49%

## RAÇA/COR\*



2023	2022	2021	2020
branco 45%	branco 46%	branco 50%	branco 47%
pardo 42%	pardo 40%	pardo 39%	pardo 38%
preto 11%	preto 12%	preto 9%	preto 12%
amarelo 1%	amarelo 1%	amarelo 1%	amarelo 2%
indígena 1%	indígena 1%	indígena 1%	indígena 1%

## IDADE

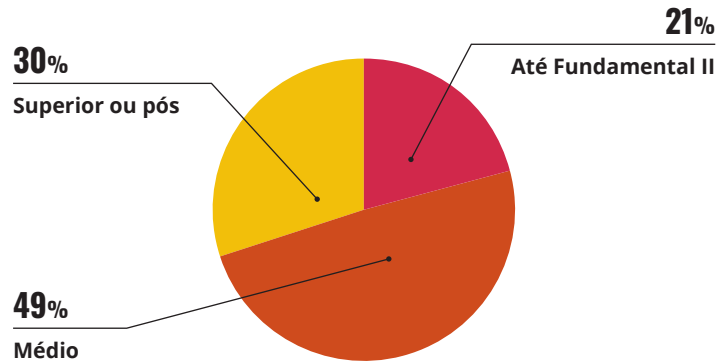


2023	2022	2021	2020
16 a 19 anos 18%	16 a 19 anos 12%	16 a 19 anos 6%	16 a 19 anos 14%
20 a 29 anos 25%	20 a 29 anos 28%	20 a 29 anos 22%	20 a 29 anos 28%
30 a 39 anos 25%	30 a 39 anos 30%	30 a 39 anos 28%	30 a 39 anos 29%
40 a 49 anos 18%	40 a 49 anos 19%	40 a 49 anos 21%	40 a 49 anos 18%
50 anos ou mais 14%	50 anos ou mais 12%	50 anos ou mais 22%	50 anos ou mais 11%

\*Considerando o tamanho da amostra de respondentes amarelos e indígenas, não é possível realizar leituras estatisticamente relevantes específicas para esses perfis.

# PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

## ESCOLARIDADE



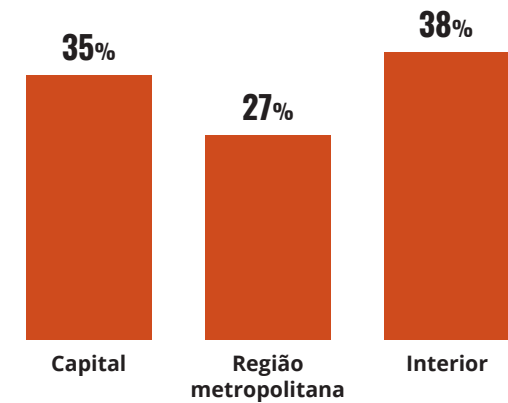
2023	2022	2021	2020
até fund. II 23%	até fund. II 22%	até fund. II 14%	até fund. II 21%
médio 47%	médio 50%	médio 45%	médio 49%
superior ou pós 31%	superior ou pós 28%	superior ou pós 41%	superior ou pós 30%

## REGIÕES DO BRASIL\*



2023	2022	2021	2020
norte 7%	norte 6%	norte 6%	norte 6%
centro-oeste 8%	centro-oeste 7%	centro-oeste 7%	centro-oeste 7%
nordeste 27%	nordeste 22%	nordeste 22%	nordeste 22%
sudeste 42%	sudeste 49%	sudeste 49%	sudeste 49%
sul 17%	sul 16%	sul 16%	sul 16%

## PORTE DO MUNICÍPIO



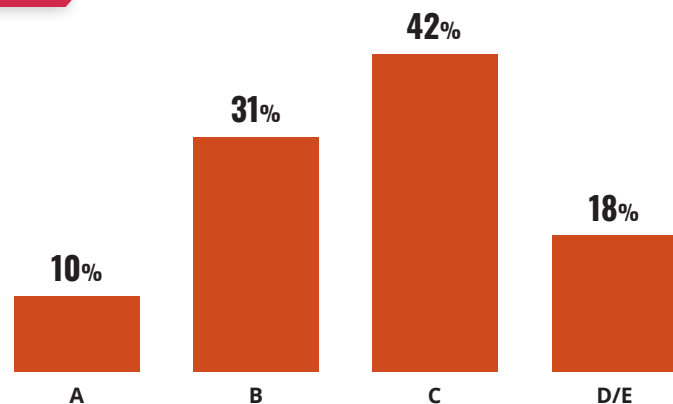
2023	2022	2021	2020
capital 36%	capital 39%	capital 45%	capital 36%
região metropolitana 26%	região metropolitana 28%	região metropolitana 25%	região metropolitana 27%
interior 37%	interior 33%	interior 29%	interior 37%

\*A amostra por região foi atualizada de acordo com o Censo 2022. P Qual a sua escolaridade? P Em qual Estado você mora? P O município que você mora é?

Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas | Base 2020: 3113

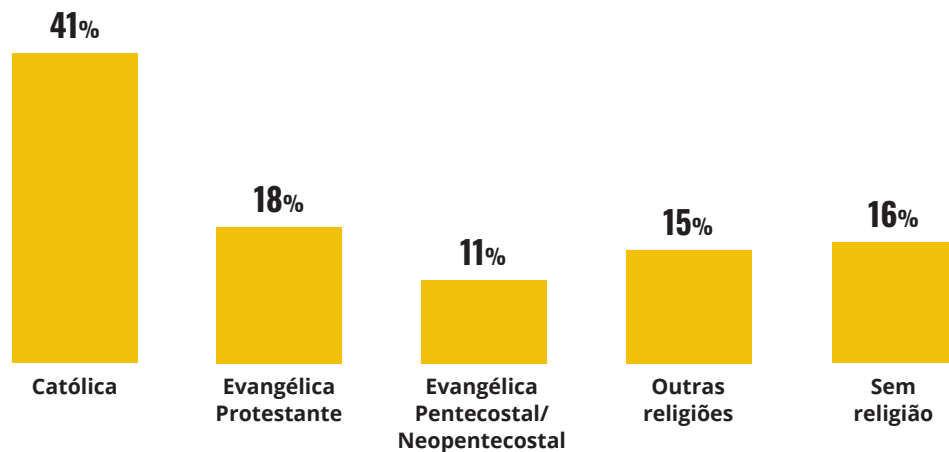
# PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

## CLASSE SOCIAL



2023	2022	2021	2020
A	A	A	A
10%	9%	12%	10%
B	B	B	B
34%	32%	38%	31%
C	C	C	C
43%	42%	39%	41%
D/E	D/E	D/E	D/E
14%	17%	11%	17%

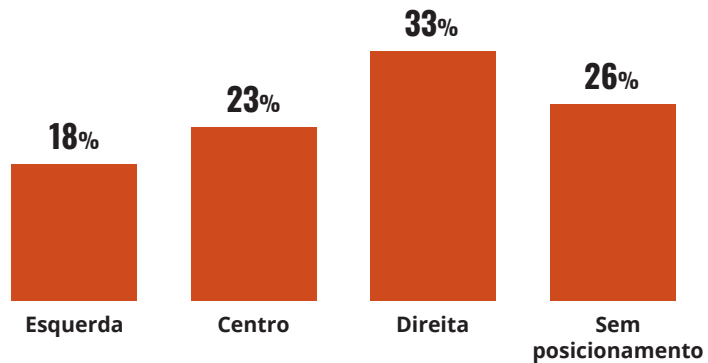
## RELIGIÃO



2023	2022	2021	2020
católica	católica	católica	católica
39%	38%	39%	40%
evangélica protestante	evangélica protestante	evangélica protestante	evangélica protestante
16%	16%	18%	17%
evangélica pentecostal/neopentecostal	evangélica pentecostal/neopentecostal	evangélica pentecostal/neopentecostal	evangélica pentecostal/neopentecostal
11%	11%	10%	11%
outras religiões	outras religiões	outras religiões	outras religiões
15%	17%	15%	14%
sem religião	sem religião	sem religião	sem religião
18%	18%	18%	21%

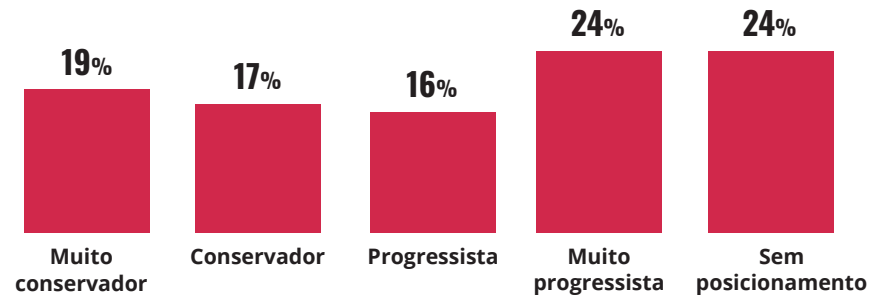
# PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

## POSICIONAMENTO POLÍTICO



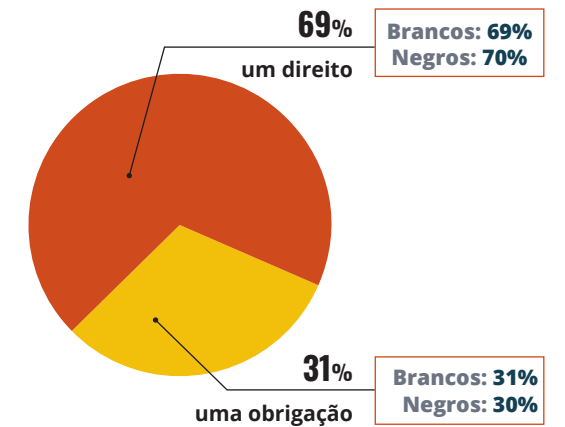
2023	2022	2021	2020
esquerda 16%	esquerda 18%	esquerda 17%	esquerda 17%
centro 27%	centro 24%	centro 29%	centro 23%
direita 34%	direita 36%	direita 32%	direita 33%
Sem posicionamento 23%	Sem posicionamento 21%	Sem posicionamento 22%	Sem posicionamento 27%

## POSICIONAMENTO DE VALORES



2023	2022	2021	2020
muito conservador 19%	muito conservador 23%	muito conservador 20%	muito conservador 23%
conservador 17%	conservador 17%	conservador 18%	conservador 12%
progressista 16%	progressista 13%	progressista 16%	progressista 14%
muito progressista 24%	Muito progressista 26%	muito progressista 25%	muito progressista 26%
Sem posicionamento 24%	Sem posicionamento 21%	Sem posicionamento 21%	Sem posicionamento 25%

## PARA VOCÊ, VOTAR É:

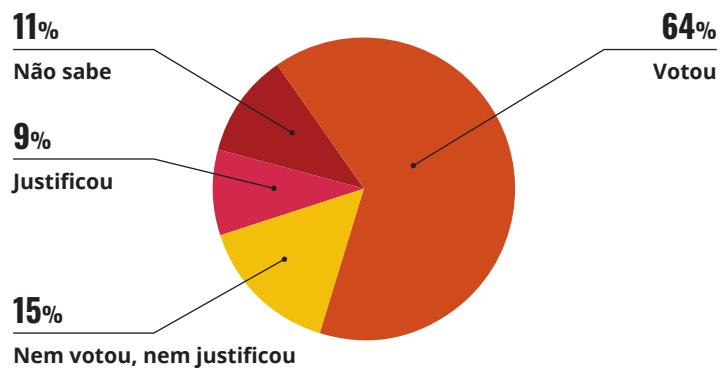


2023	2022
um direito 70%	um direito 74%
uma obrigação 30%	uma obrigação 26%

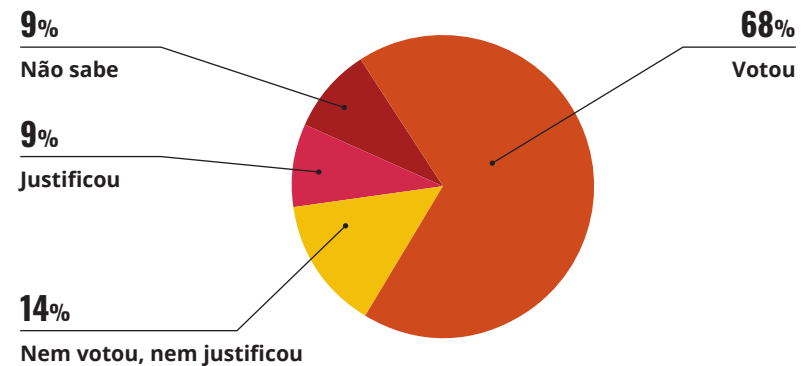
Entre aqueles que consideram o voto uma obrigação, destacam-se os moradores de capitais (35%). Não há variação por escolaridade.

# PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

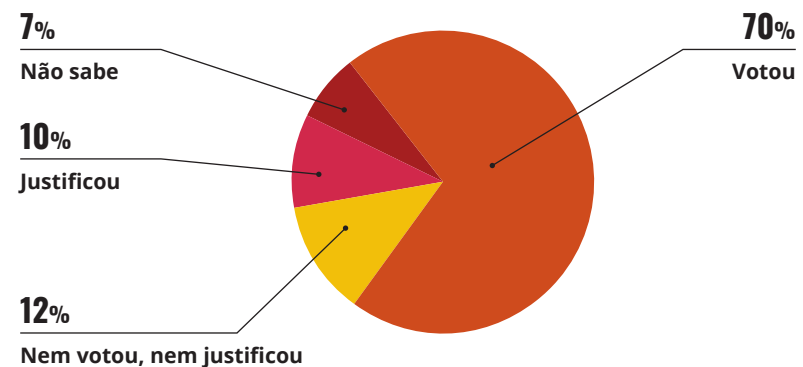
## VOTO EM 2020



## VOTO EM 2022



## VOTO EM 2024



2023	2022	2021	2020
votei 67%	votei 74%	votei 77%	votei 74%
justifiquei 9%	justifiquei 10%	justifiquei 12%	justifiquei 11%
nem votei, nem justifiquei 17%	nem votei, nem justifiquei 12%	nem votei, nem justifiquei 8%	nem votei, nem justifiquei 15%

# **APLICATIVOS DE MENSAGENS E SEUS USOS**

# APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS

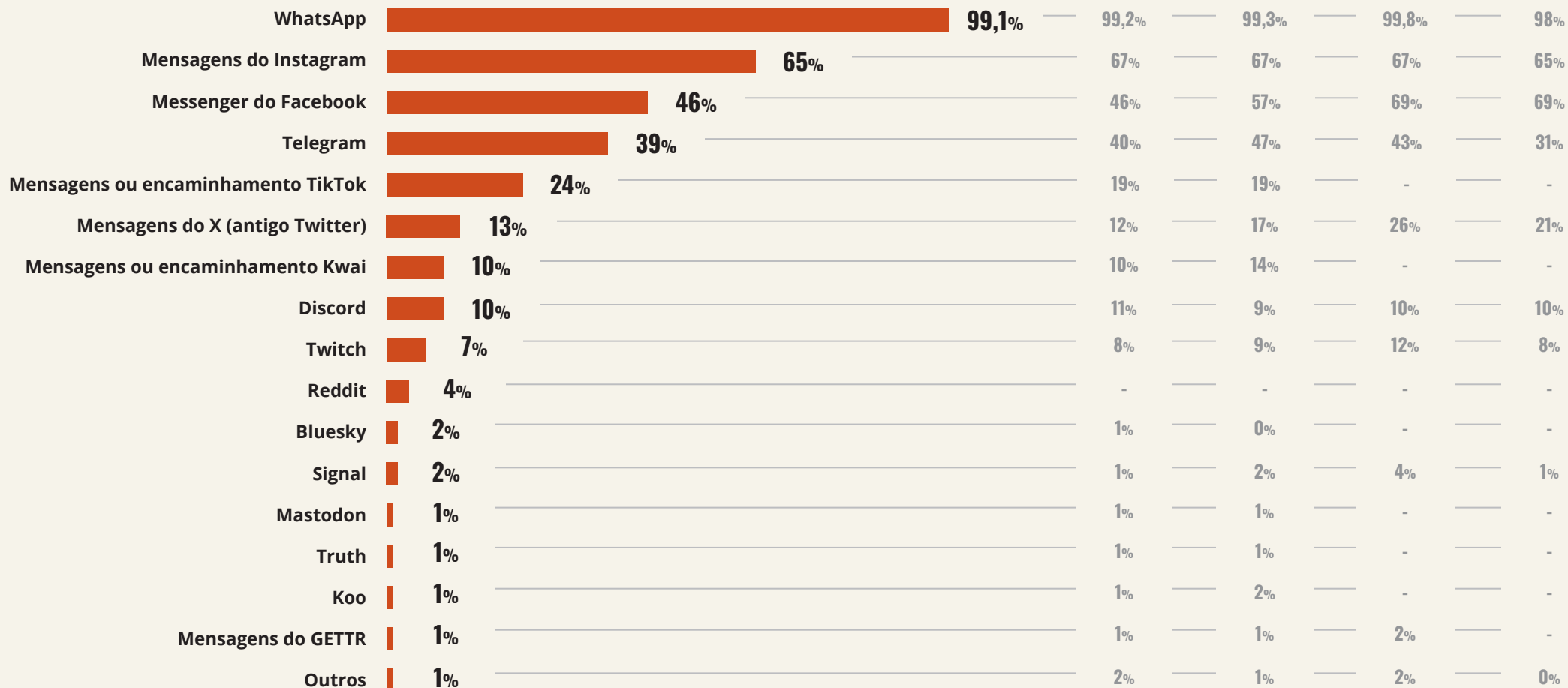
2024

2023

2022

2021

2020



MÉDIA DE APLICATIVOS UTILIZADOS: **3,2**

3,2

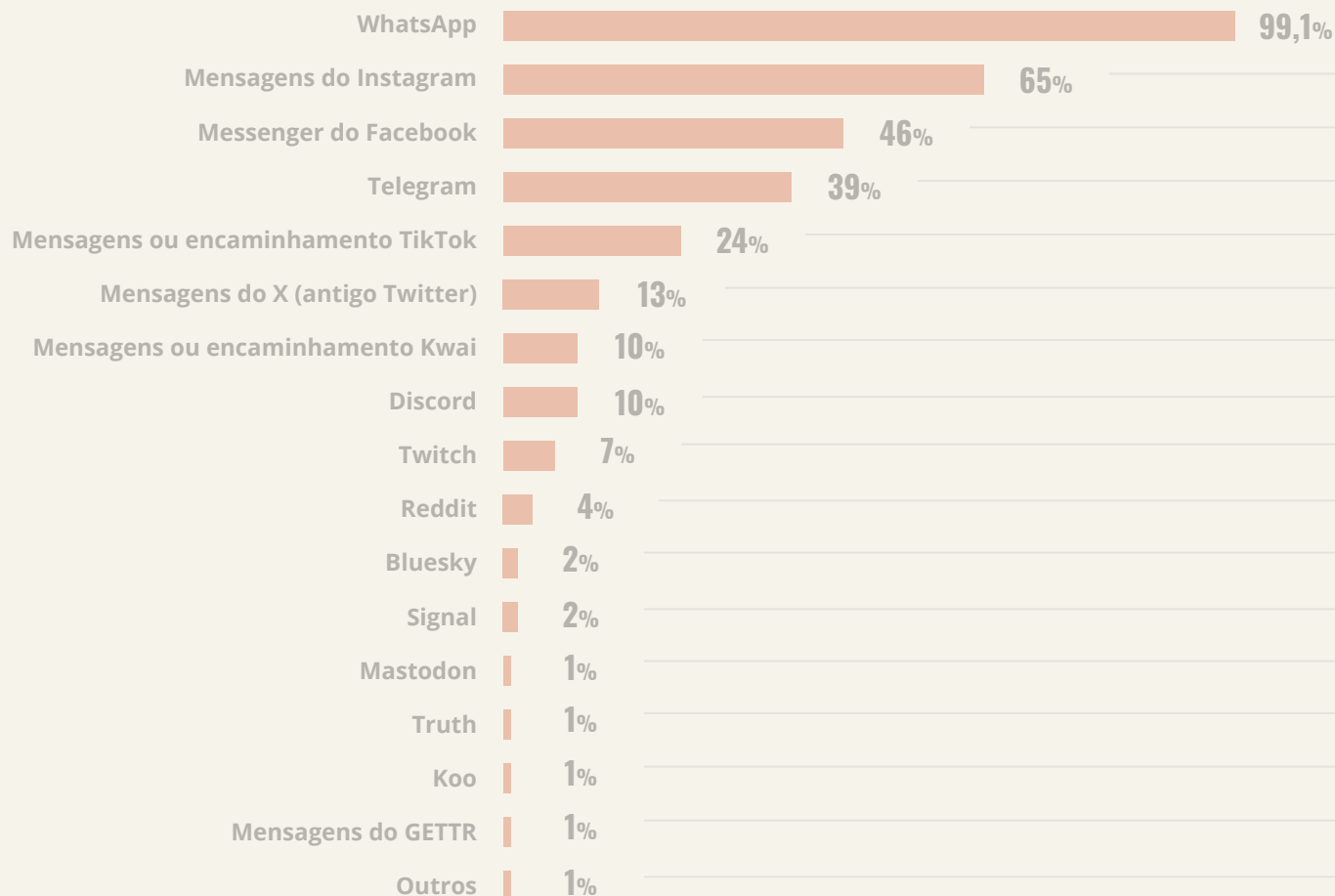
3,5

3,3

3

# APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS

2024



MÉDIA DE APLICATIVOS UTILIZADOS: **3,2**

Desde o início da série histórica, o **WhatsApp** é o aplicativo mais utilizado.

O **Instagram** apresenta uma constância no uso, sem variação significativa desde 2020.

Já o **Facebook** demonstra trajetória de queda, mas desde 2023 percebe-se uma estabilização no seu uso.

O **Telegram** teve aumento em 2021 e 2022, mas também se estabilizou, sendo mais utilizado por pessoas de ensino superior (51%).

A **média de aplicativos utilizados** demonstra um cenário de estabilização geral no uso, exceto pelo **TikTok**, que teve um aumento considerável em 2024, o aplicativo é mais presente entre pessoas da classe A (42%).

## DIFERENTES USOS DOS APLICATIVOS

Novamente os dados indicam um uso racional das plataformas. As pessoas levam em consideração seus objetivos, interesses específicos, os recursos disponíveis e as diferentes possibilidades de interação com as pessoas em cada plataforma, indicando preferências consolidadas no uso dos aplicativos.

O **WhatsApp** continua sendo o aplicativo de comunicação com maior presença na vida das pessoas, seu uso é diversificado, atingindo esferas pessoais, profissionais, comerciais e de consumo. O **Telegram** está consolidado como plataforma de acesso a conteúdos, com recursos úteis como a disponibilidade vasta de arquivos, não ocupar a memória do celular, o envio de arquivos muito grandes e até mesmo acesso gratuito a serviços pagos.

O uso do **TikTok** está vinculado ao entretenimento de assistir vídeos curtos, além da facilidade para compartilhar conteúdos, tornando-os multiplataforma. Já o **Facebook** é bastante usado para compras e vendas através da ferramenta Marketplace.

“Eu utilizo [WhatsApp] para várias coisas tipo vendas, comprar também, uso também para falar com a família, ligação, com clientes e para publicar também vendas, tem grupo também de vendas, grupo só de compradores.” Mulher, 34 anos, sem posicionamento político, RJ

“Eu também uso [Telegram]. Mas é para pegar lista de IPTV. E ver notícias do que está acontecendo ao redor aqui, de onde eu moro [...]” Mulher, 29 anos, de esquerda, RJ

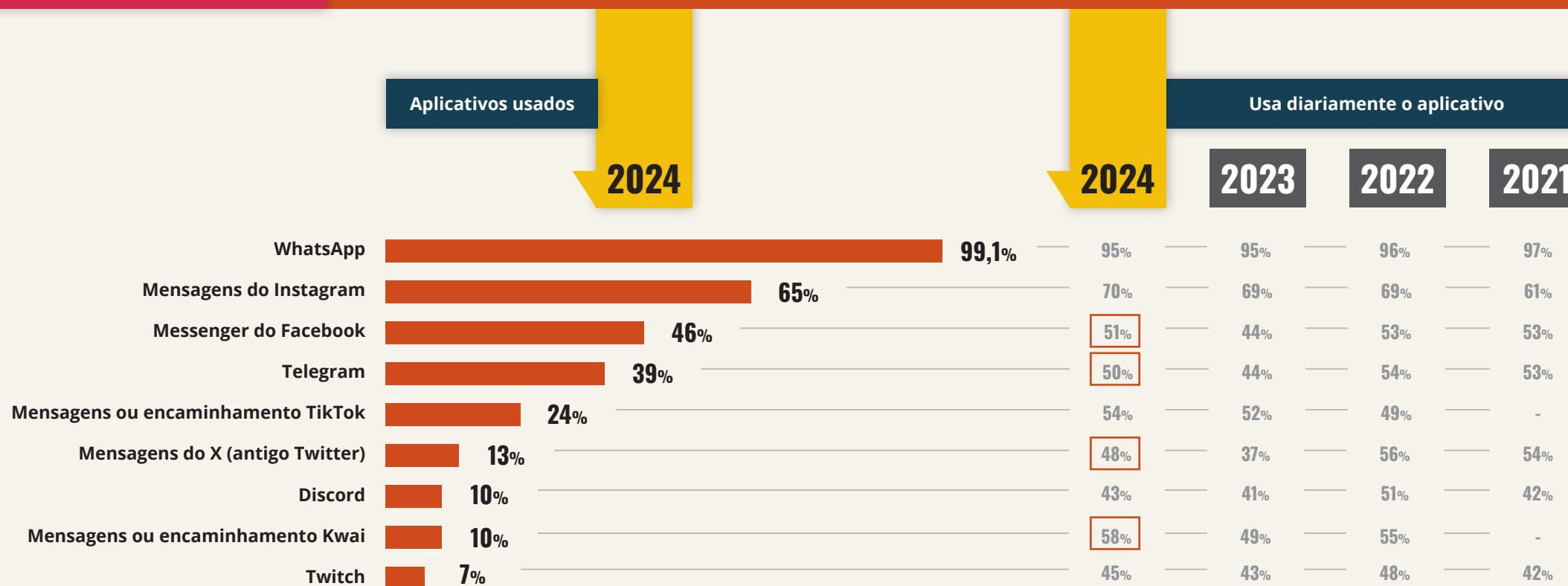
“Eu uso muito TikTok, é o segundo aplicativo que eu mais uso, gosto muito, me diverte muito, me entretém muito, esse ano eu não achei que o TikTok teve muita publicidade em relação à política não.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“Geralmente quando eu quero enviar vídeos muito longos as outras redes sociais não funcionam tão bem quanto o Telegram.” Mulher, 31 anos, de centro, GO

“Mas eu uso muito [Telegram] mais pra piratear coisas porque ele é a nova Deep Web. E aí, eu uso pra baixar filmes, baixar séries, baixar coisas que não se encontra, lá tem tudo.” Mulher, 39 anos, de esquerda, GO

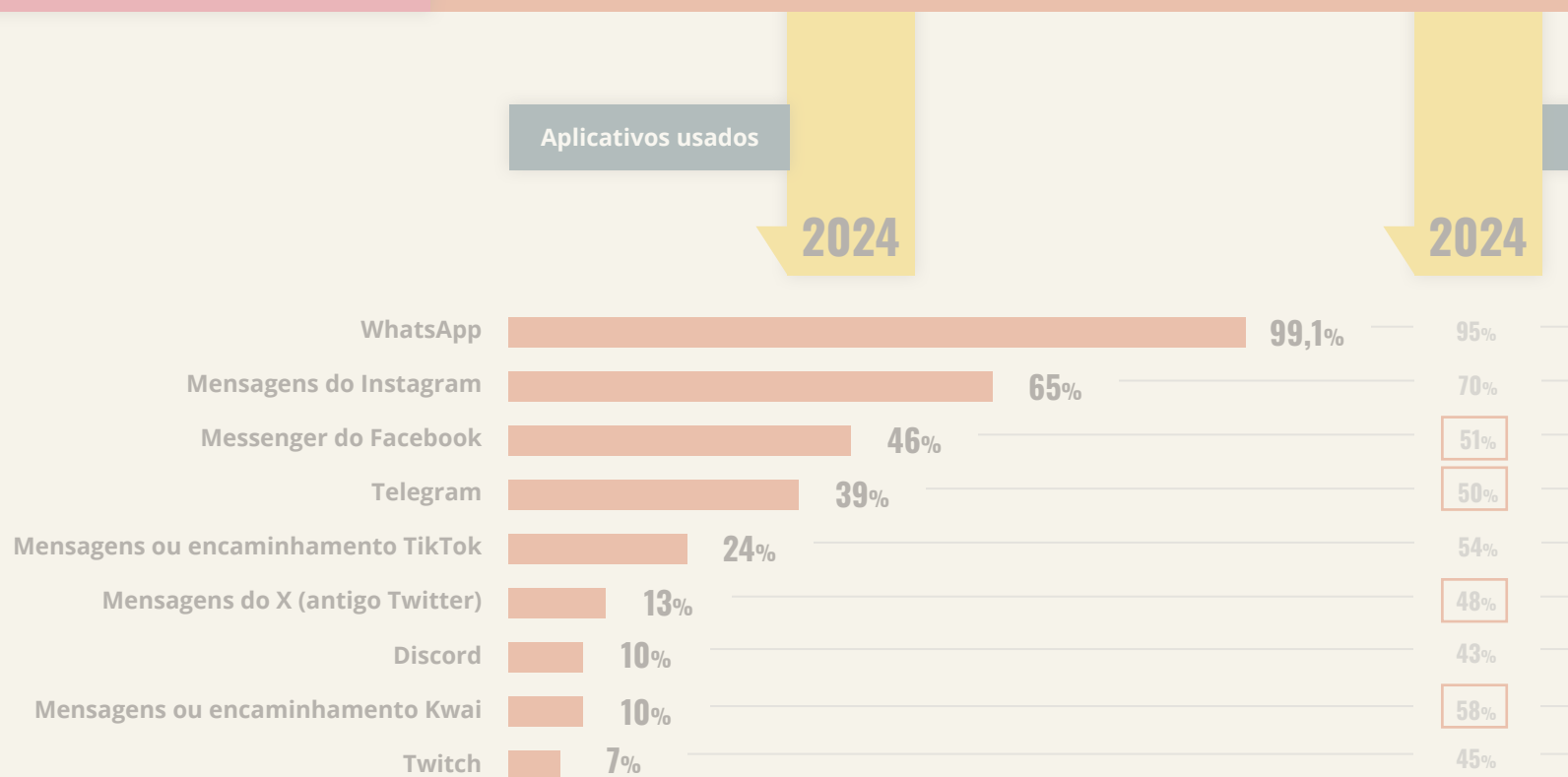
“O Messenger do Facebook para se comunicar com o pessoal do Facebook. Alguma loja, algum vendedor que esteja ali na plataforma. Até do Marketplace também é bem usado o Messenger.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

# FREQUÊNCIAS DE USO DOS APLICATIVOS



P 9a. Quais desses aplicativos de mensagens você usou no último mês? (RM) P 9b. Com qual frequência você usou esses aplicativos no último mês? (RU por item) | Base 2024: 3113 respostas; Base de usuários: WhatsApp - 3085, Telegram - 1199, Messenger Facebook - 1417, Mensagens Instagram - 2022, Mensagens do X (antigo Twitter) - 395, Signal - 55, Discord - 309, Twitch - 216, GETTR - 18, Mensagens TikTok - 736, Mensagens Kwai - 324, Truth - 40, Mastodon - 46, Koo - 40, Bluesky - 70, Reddit - 123 | Base 2023: 3183 respostas; Base de usuários: WhatsApp - 3159, Telegram - 1280, Messenger Facebook - 1458, Mensagens Instagram - 2130, Mensagens do X (antigo Twitter) - 396, Signal - 47, Discord - 349, Twitch - 251, GETTR - 38, Mensagens TikTok - 599, Mensagens Kwai - 333, Truth - 27, Mastodon - 33, Koo - 25, Bluesky - 26, Outros - 52 | Base total 2022: 3121 respostas; Base de usuários: WhatsApp - 3098, Telegram - 1471, Messenger Facebook - 1781, Mensagens Instagram - 2103, Mensagens Twitter - 518, Signal - 50, Discord - 286, Twitch - 270, GETTR - 43, Mensagens TikTok - 580, Mensagens Kwai - 422, Truth - 28, Mastodon - 30, Koo - 72, Outros - 27. Base total 2021: 2018 respostas. Base de usuários: WhatsApp - 2014, Telegram - 861, Messenger Facebook - 1393, Mensagens Instagram - 1353, Mensagens Twitter - 521, Signal - 89, Discord - 200, Twitch - 238, GETTR - 49

# FREQUÊNCIAS DE USO DOS APLICATIVOS



Apesar da estabilidade na média de uso das plataformas, o uso diário aumentou em alguns aplicativos em relação a 2023 com o Facebook, Telegram, Twitter e Kwai apresentando os aumentos mais significativos.

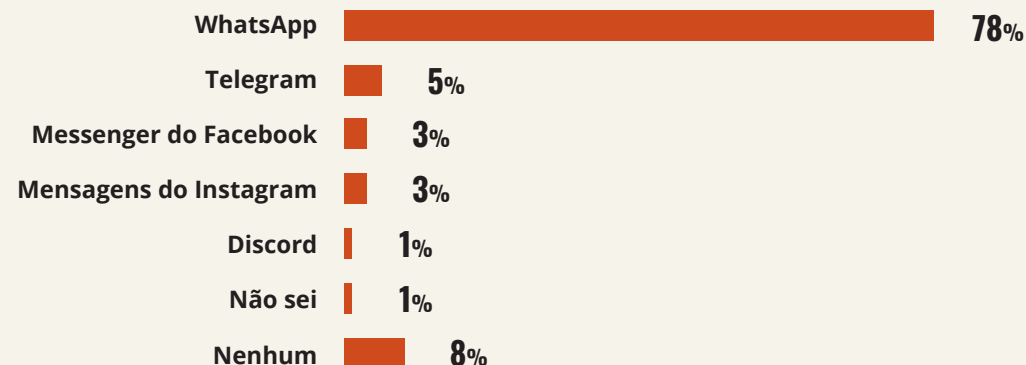
Entre os usuários diários das mensagens do X, o perfil que se destaca é de pessoas negras com ensino superior (61%).

Não houve variação no uso diário no Instagram e WhatsApp.

# GRUPOS NOS APLICATIVOS

O **WhatsApp** é o aplicativo onde as pessoas participam de mais grupos. Em alguns casos, é relatado a preferência de grupos em outros apps por conta das funcionalidades oferecidas e do perfil do usuário. Esse dado mostra a relevância dos grupos na vida cotidiana.

## Aplicativo com mais grupos



“Bom, eu uso mais o WhatsApp pela questão da praticidade porque quase todas as pessoas que eu conheço usa mais esse aplicativo, eu faço parte de vários grupos, tanto para as vendas que eu vendo ou para comprar de outros empresários”

Mulher, 26 anos, de esquerda, PI

“[Grupo] de amizade mesmo, de amigos para ficar conversando, para não precisar ficar mandando mensagem um para o outro, aí já fica todo mundo junto no Insta.” Mulher, 24 anos, de esquerda, GO

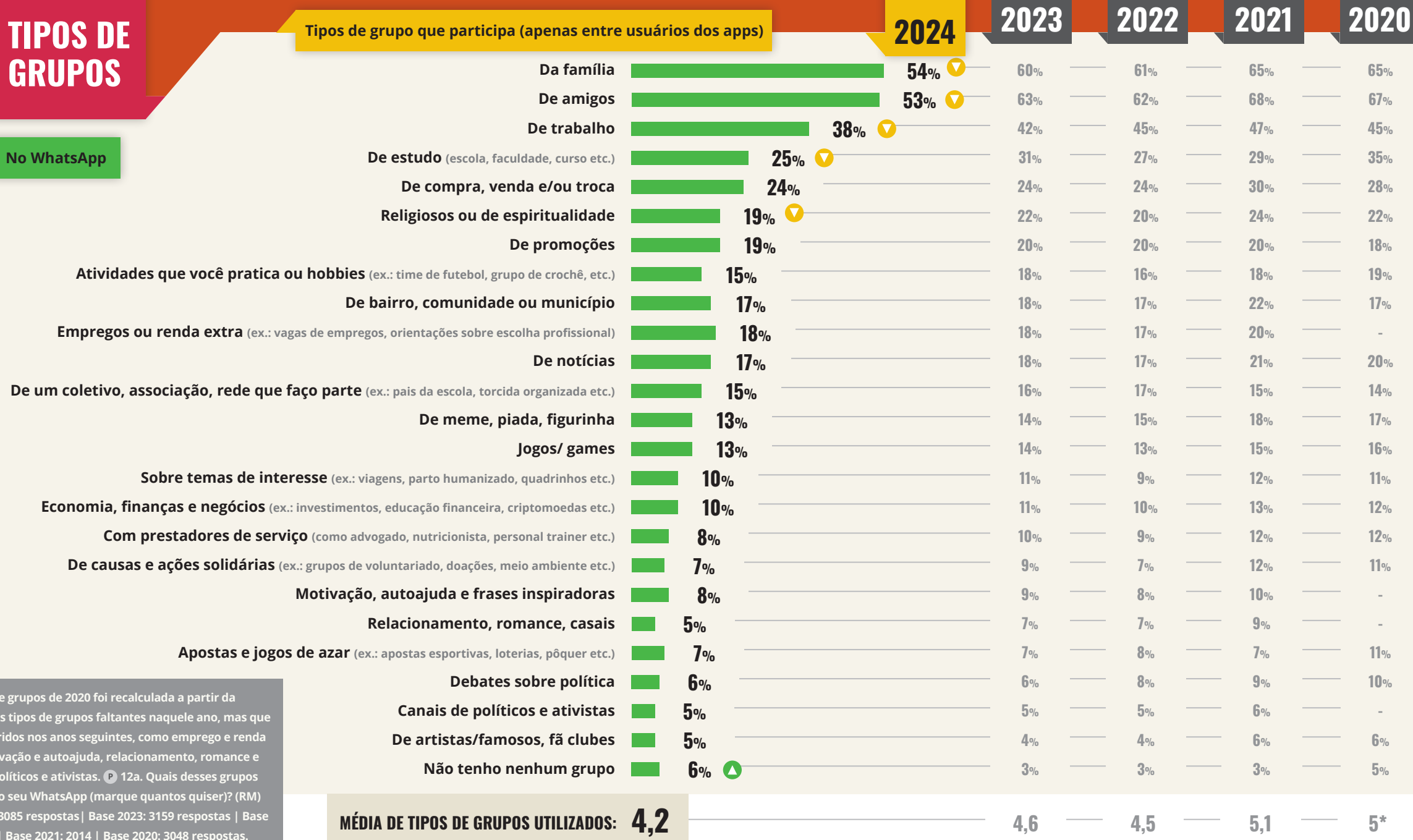
“Eu uso o Telegram por causa de uma comunidade de estudos que tenho. Lá suporta um número maior de pessoas. Utilizo só para isso.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“No Discord, eu tenho grupos também de operações de Bolsa de Valores, de apostas esportivas.” Homem, 44 anos, sem posicionamento político, CE

# TIPOS DE GRUPOS

No WhatsApp

Tipos de grupo que participa (apenas entre usuários dos apps)



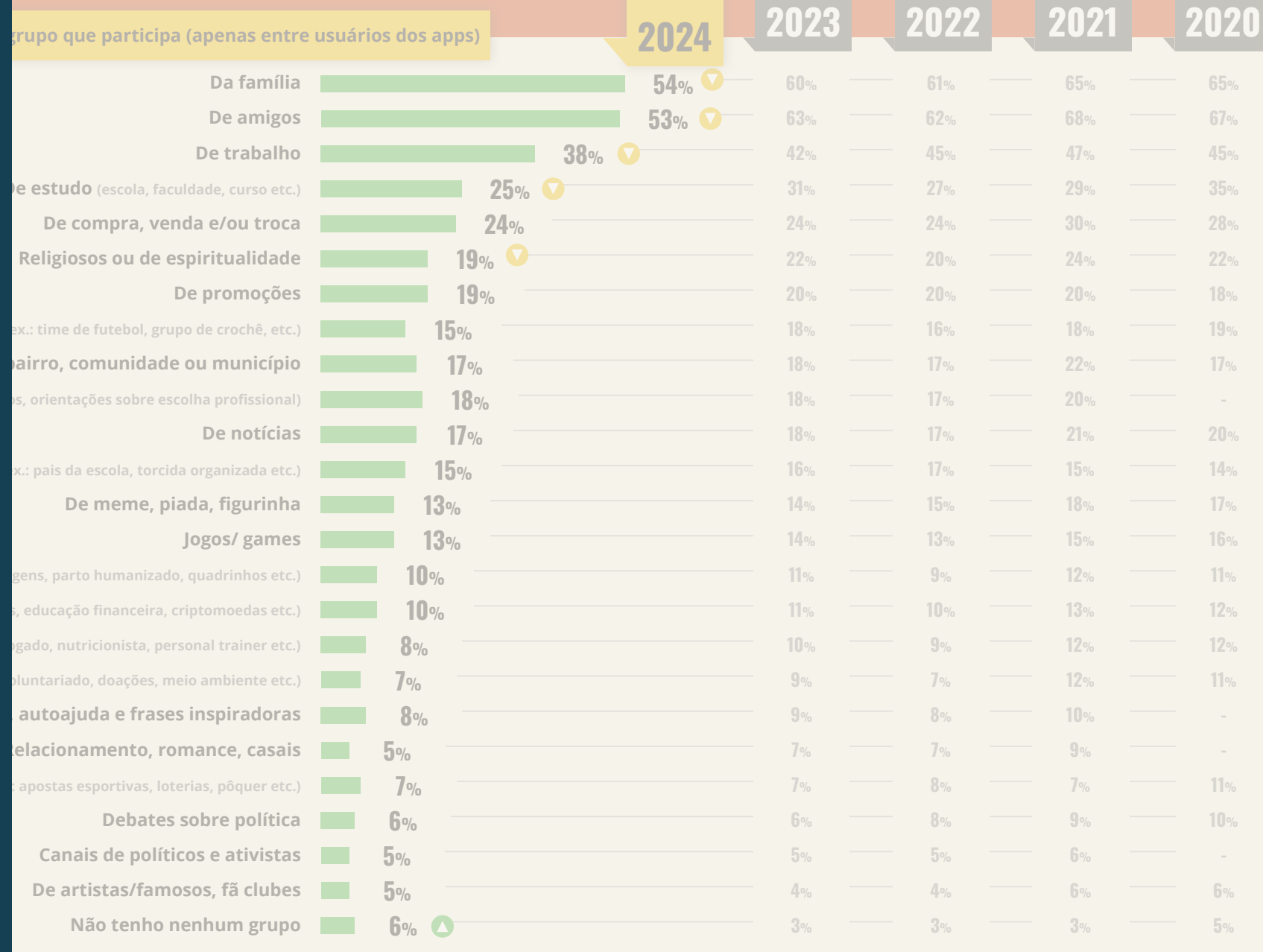
\*A média de grupos de 2020 foi recalculada a partir da inclusão dos tipos de grupos faltantes naquele ano, mas que foram inseridos nos anos seguintes, como emprego e renda extra, motivação e autoajuda, relacionamento, romance e canais de políticos e ativistas. P 12a. Quais desses grupos você tem no seu WhatsApp (marque quantos quiser)? (RM)  
Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 | Base 2021: 2014 | Base 2020: 3048 respostas.

De modo geral, em 2024, as pessoas estão em menos grupos do que anos anteriores.

Os grupos de amigos, família e trabalho, historicamente os mais relevantes, apresentaram uma queda significativa em 2024. Os grupos de estudos e religião também mostraram uma diminuição significativa.

Ao longo dos anos percebe-se uma queda na média de participação em grupos, o que reforça ainda mais o ambiente de saturação de interações virtuais vista nas pesquisas anteriores.

grupo que participa (apenas entre usuários dos apps)



MÉDIA DE TIPOS DE GRUPOS UTILIZADOS: 4,2

4,6

4,5

5,1

5\*

# TIPOS DE GRUPOS

No Telegram

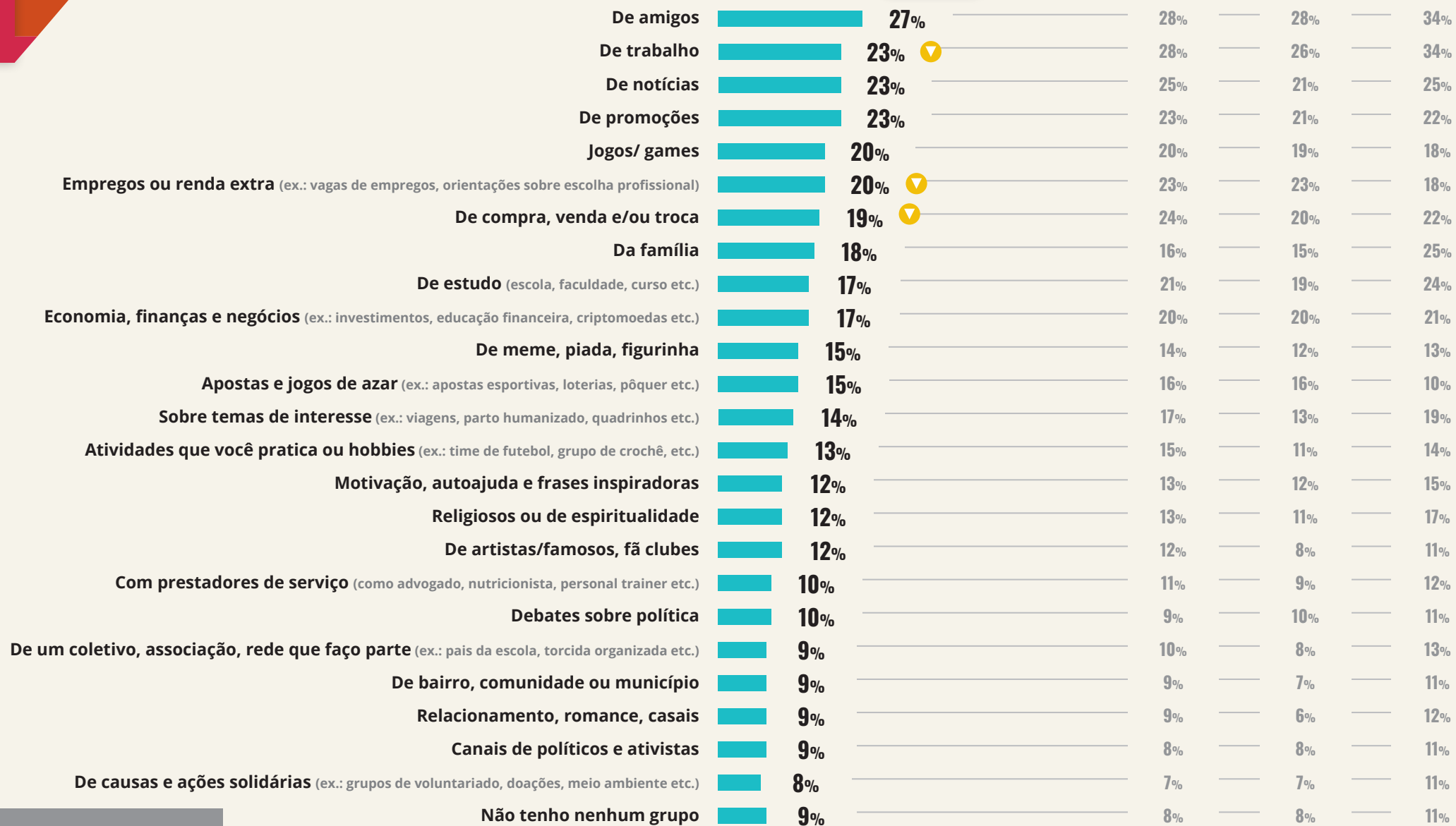
Tipos de grupo que participa (apenas entre usuários dos apps)

2024

2023

2022

2021



MÉDIA DE TIPOS DE GRUPOS UTILIZADOS **3,6**

4

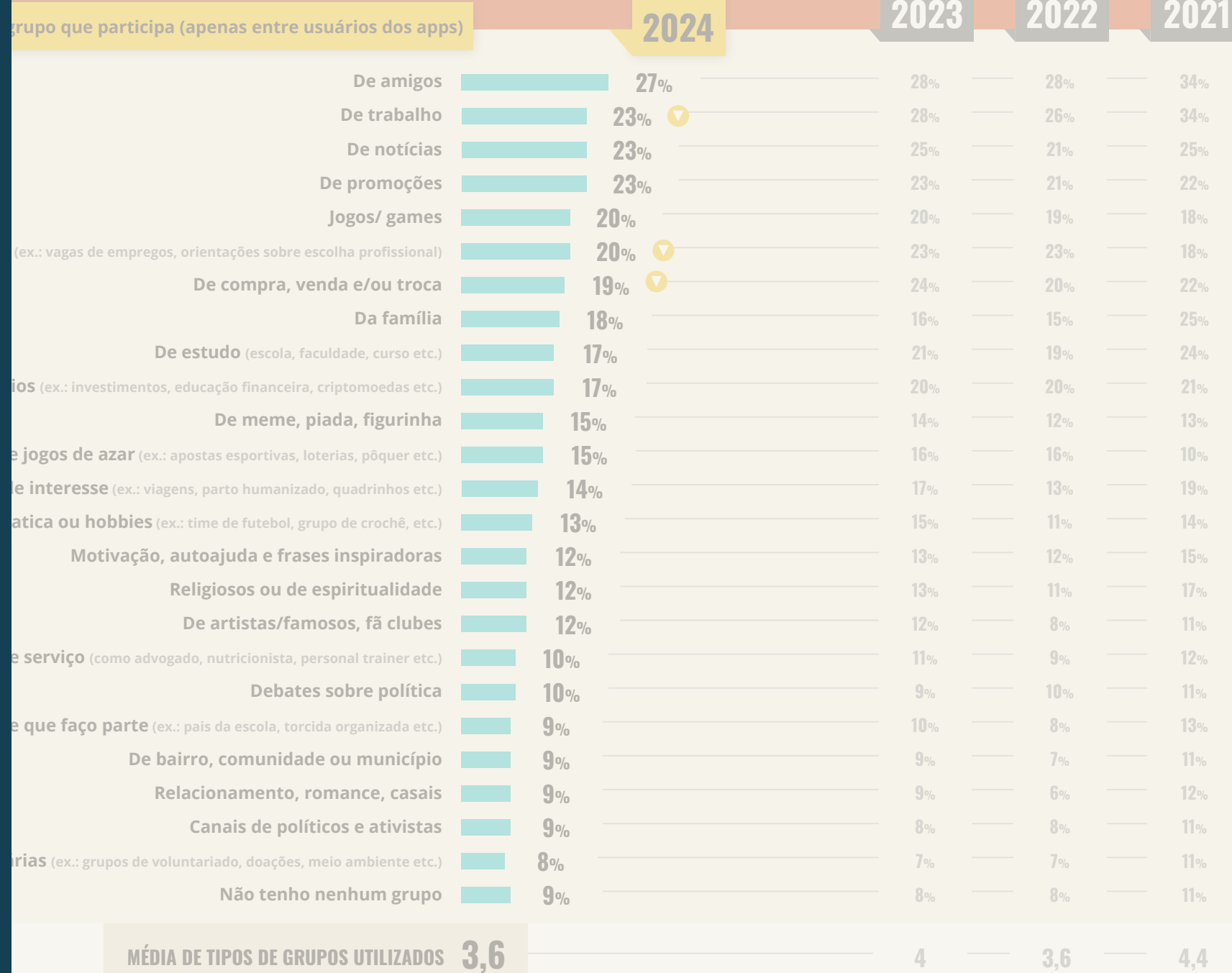
3,6

4,4

Quais desses grupos você tem no seu Telegram (marque quantos quiser)? (RM) Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas

Existe uma tendência geral de diminuição na participação em grupos, mas esse fenômeno aconteceu especialmente nos grupos de trabalho, de compra, venda ou troca e de emprego ou renda extra.

A média de grupos também reduziu no **Telegram** em 2024.



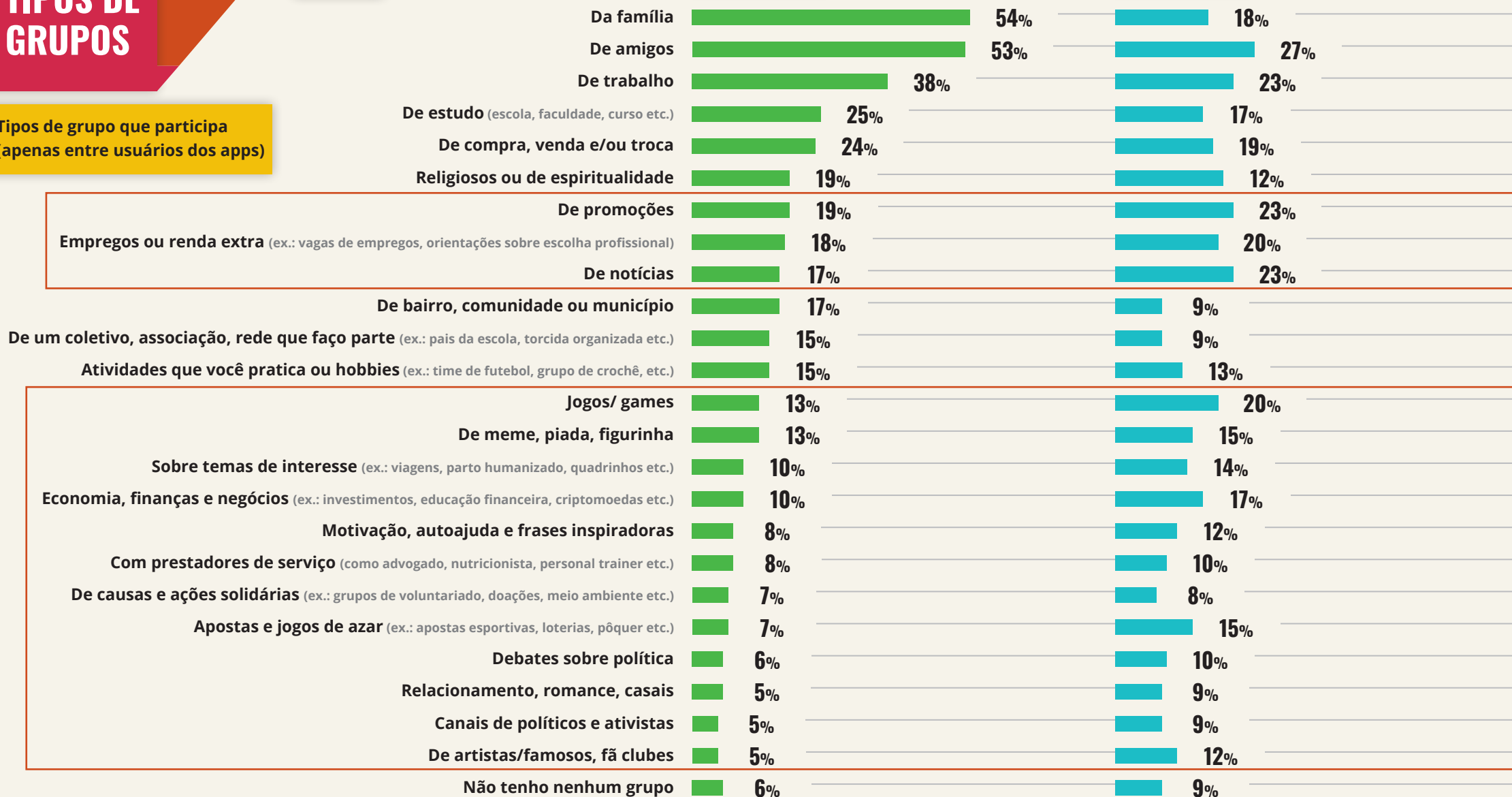
# TIPOS DE GRUPOS

2024

No WhatsApp

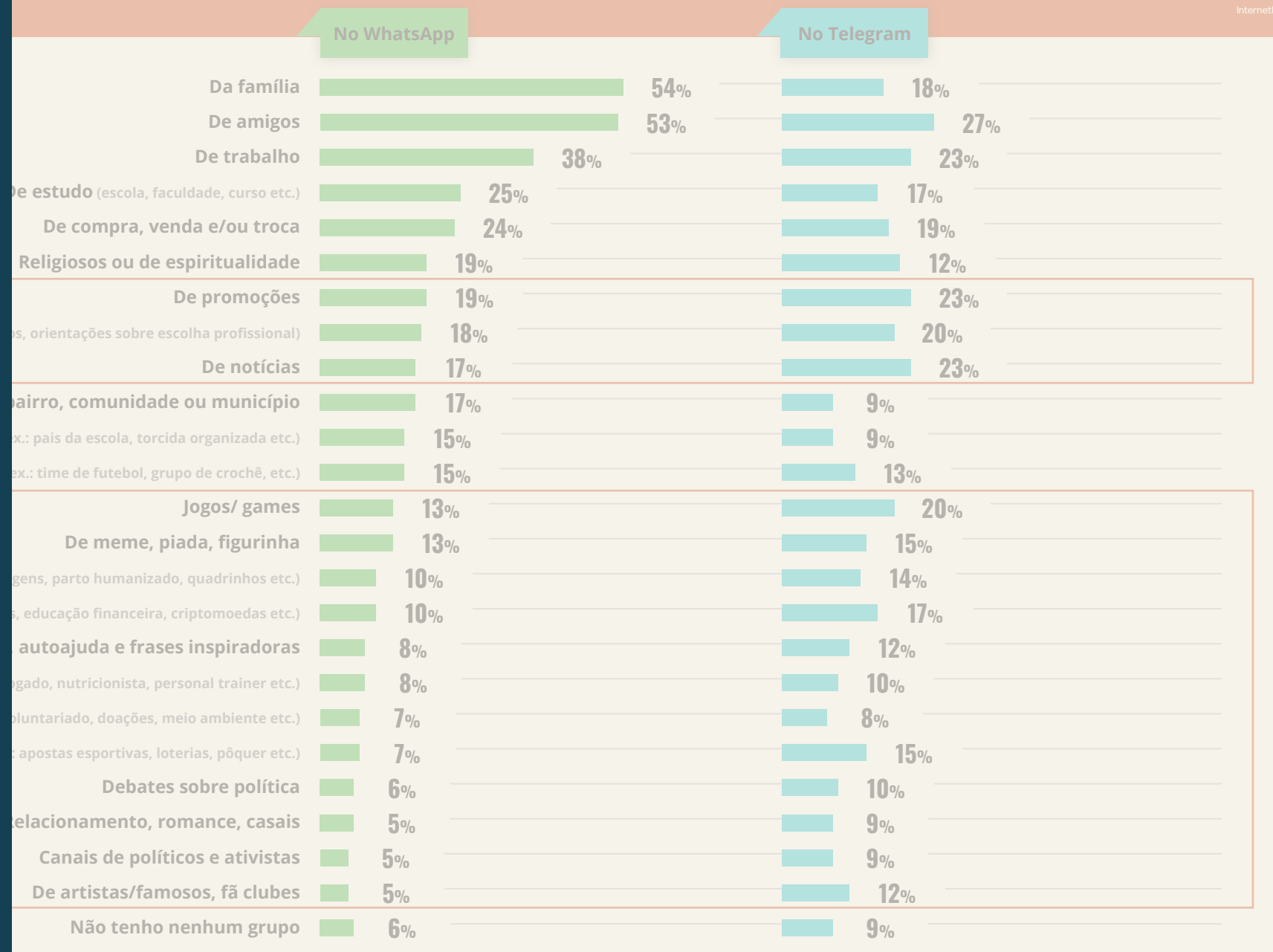
No Telegram

Tipos de grupo que participa  
(apenas entre usuários dos apps)



Confirmando a tendência dos anos anteriores, o **WhatsApp** se mantém como o aplicativo de comunicação com as pessoas conhecidas, como família, amigos, colegas de trabalho, grupos religiosos e moradores do bairro.

O **Telegram** se consolida como um espaço para interação por afinidades e assuntos de interesse.



## SATURAÇÃO DE GRUPOS

Os relatos apontam para uma exaustão relacionada aos grupos, devido ao bombardeio constante de informações em diferentes plataformas. Observa-se um movimento de saída de grupos que não se consegue acompanhar ou não são mais úteis.

Assim, as pessoas estão optando por participar de menos grupos, sendo mais pragmáticas de acordo com as prioridades, buscando diminuir a carga de informações recebidas diariamente.

“Acho que são muitos aplicativos, e não gosto muito disso. Gosto de concentrar meus contatos em poucos lugares. Me sinto muito cansada com a quantidade de informações e de coisas que temos que acompanhar para manter contato e informação.”

Mulher, 50 anos, de esquerda, SP

“Para mim, pela minha saúde mental, eu escolho as informações que quero acessar, e não deixar qualquer informação chegar até mim.”

Mulher, 50 anos, de esquerda, SP

“A gente acaba que está sendo bombardeado nesses grupos de tanta informação e no WhatsApp também, aquilo que a gente fala é privado até certo ponto então por causa dos grupos a gente foi perdendo a privacidade.”

Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“(…) Eu saio porque eu estou tentando me desintoxicar de grupos porque você não acompanha, tem grupo que você não consegue acompanhar, essa história de silenciar para mim não funciona.”

Mulher, 46 anos, sem posicionamento político, PR

“Então, eu não tenho grupo de família, de amigos, de nada, geralmente as mensagens são individuais, mas três que são primordiais para mim é o da escola da minha filha (...), o grupo de dança que eu faço parte, (...) e o grupo de academia, (...) esses três são primordiais para mim.”

Mulher, 40 anos, de centro, SP

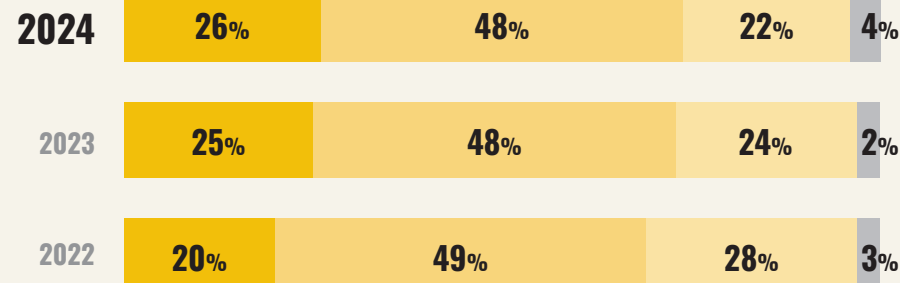
# COMPORTAMENTO NOS GRUPOS

## Quantidade de grupos no WHATSAPP em que:

■ muitos grupos ■ poucos grupos ■ nenhum grupo ■ não sei/não quero responder

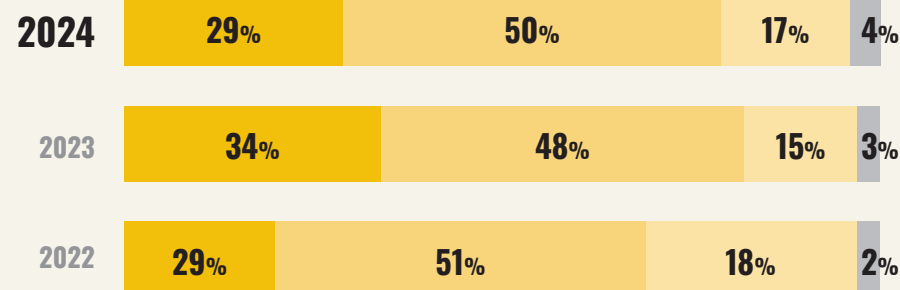
Em relação a 2023, existe uma estabilidade daqueles que não leem os conteúdos da maioria dos grupos que participam, sem diferenças consideráveis de comportamento por nível de escolaridade, gênero e local de moradia. Pessoas com 50 anos ou mais são aquelas que menos apresentam esse comportamento (15%).

Está no grupo mas nem lê nada



Ao mesmo tempo, há uma diminuição na quantidade de pessoas que leem os conteúdos mas não falam nada. Neste caso, jovens de 16 a 19 anos apresentam mais esse comportamento (36%).

Até lê o que mandam, mas não fala nada



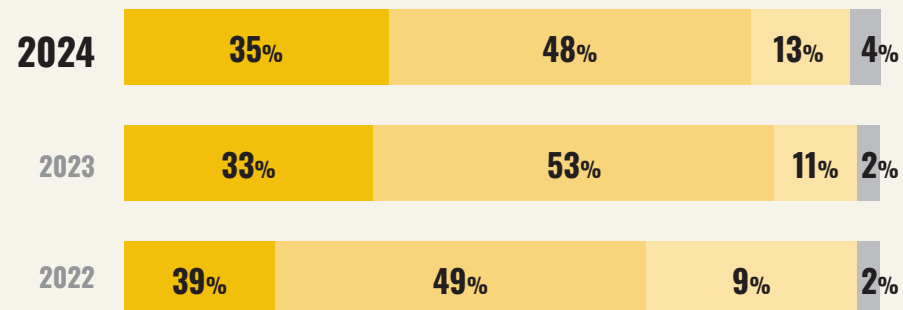
# COMPORTAMENTO NOS GRUPOS

Quantidade de grupos no WHATSAPP em que:

■ muitos grupos ■ poucos grupos ■ nenhum grupo ■ não sei/não quero responder

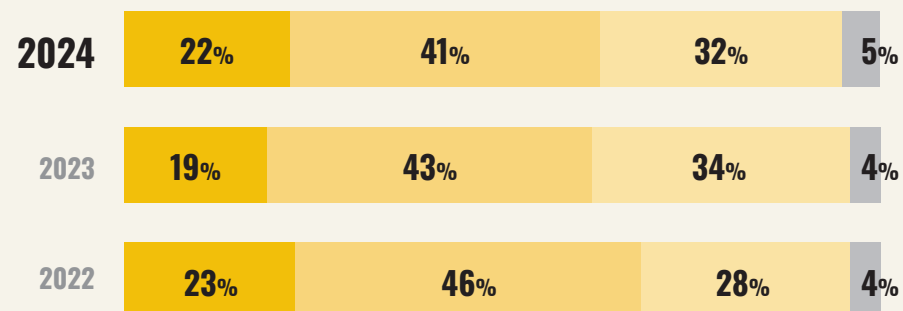
Em 2024, observa-se uma estabilização no comportamento mais ativo em muitos grupos. Entre as pessoas que leem e respondem mensagens em muitos grupos, destaca-se aqueles com ensino superior (44%).

Lê e responde mensagens



Já as pessoas que afirmam ser mais ativas ou administradoras dos grupos, não existem variações significativas em relação a faixa etária, mas tem frequência maior entre a classe A (42%). Em termos de gênero é mais frequente entre homens (24%) do que mulheres (19%).

É uma das pessoas mais ativas do grupo ou é administrador(a)

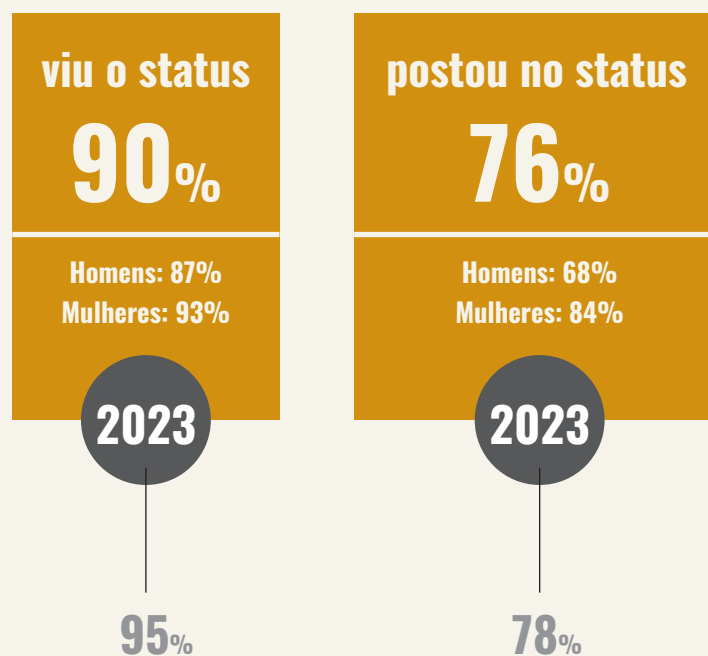


## USO DO STATUS DO WHATSAPP

O status do **WhatsApp** continua sendo uma ferramenta relevante para o acompanhamento de informações, que pode ser observado pelo alto número de postagens, feitas por 8 em cada 10 pessoas. Visualizar e postar conteúdos no status são comportamentos mais frequentes entre mulheres.

O status no **WhatsApp** é visto como um espaço para consumir e divulgar informações, além de se atualizar sobre a vida dos contatos. Assim, os usuários o entendem como uma forma de expressar opiniões ou se posicionar, sem os incômodos das mensagens diretas, permitindo ainda a interação com quem se interessa pelo conteúdo compartilhado. Indicando forte relevância nas dinâmicas e interações dos aplicativos de mensagens.

Uso do Status no WHATSAPP nos últimos 12 meses:



“Eu uso o status para divulgar alguma campanha da igreja, alguma coisa que vai acontecer essa semana, mais ou menos assim.” Mulher, 60 anos, de direita, GO

“Olha, não é que eu uso, mas que eu observo é o status do pessoal, mas eu não posto lá, mas observo.” Homem, 27 anos, de direita, AL

“Eu sempre compartilhei, nos status do zap principalmente, não ia ficar mandando para todo mundo para não perturbar, não ficar enchendo o saco, mas colocava todos os dias no status do WhatsApp, como todo mundo gosta de ver, compartilhei muito.” Mulher, 34 anos, sem posicionamento político, RJ

# ABA DE ATUALIZAÇÕES E CANAIS NO WHATSAPP

A aba de atualizações e os canais no WhatsApp seguem sendo relevantes no cotidiano dos usuários, em que 6 a cada 10 respondentes afirmam ter interagido com essas ferramentas no último ano.

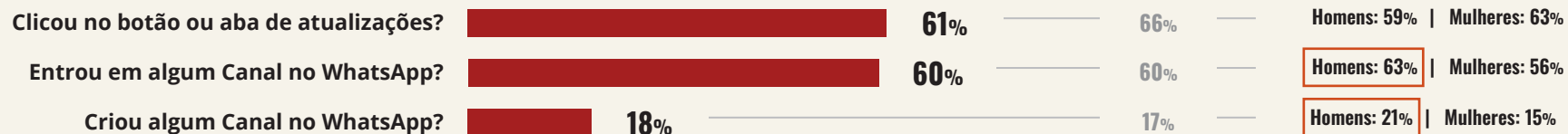
Os canais são mais utilizados para o consumo de informações, especialmente para acompanhar grandes veículos de comunicação. Outro uso comum dos canais é para acompanhar promoções e cupons de desconto.

Este recurso é mais utilizado por homens e moradores de capitais (67%).

## Aba de atualizações e Canais

### 2024

### 2023



“Canais do WhatsApp eu também, uso bastante mais para notícias, bastante interessante que chega um pouco antes do que passa na TV e tal.”

Homem, 40 anos, de esquerda, GO

“Eu uso alguns, eu gosto de ver notícia, dessas coisas de atualização, de fofoca, de tudo, assuntos em geral.”

Mulher, 47 anos, de centro, SP

“É mais pra notícia, ver o que está acontecendo, geralmente eu gosto de ver mais os canais que tem da Globo, é basicamente isso.”

Homem, 24 anos, de esquerda, PE

“É, eu uso ali também para ver as notícias da CNN, mas eu uso bastante para pegar cupom ali do Zé Delivery, do IFood, eles largam as vezes só pelo canal.”

Mulher, 40 anos, de esquerda, RS

“Eu uso os canais do WhatsApp mais para informação mesmo. Essas coisas que eu quero ter a informação precisa, porque aí eu só arrasto para o lado, vejo o que aconteceu rápido porque o nosso tempo é corrido (...). Então, arrasta para o lado, vê informação importante, entra no link, se não é, só arrastar de novo, responde alguém, sai do WhatsApp, e assim vamos indo...”

Mulher, 30 anos, de centro, PA

# COMUNIDADES NO WHATSAPP

Em 2024, as comunidades continuam sendo ferramentas de conexão relevantes, com metade dos respondentes tendo sido inseridos ou recebido indicação para participar de alguma comunidade.

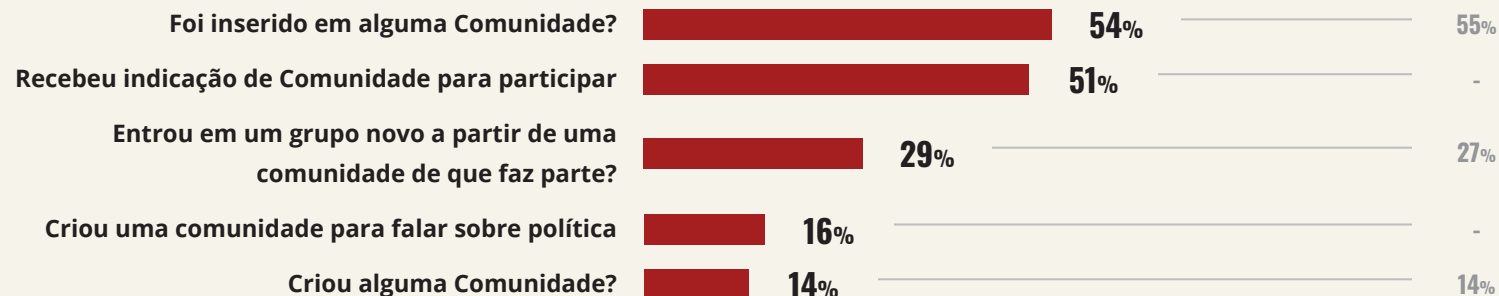
Apenas 1 a cada 10 pessoas criou alguma comunidade, número que segue constante.

Embora as comunidades sejam conhecidas e reconhecidas por facilitar a organização de grupos, assuntos e temas, os usuários relatam dificuldades em se adaptar às funcionalidades da ferramenta, além da dificuldade em sair de comunidades nas quais os participantes não desejam estar.

Quem conhece o recurso e utiliza, afirma que através das comunidades consegue procurar oportunidades de emprego e de pesquisa remunerada, se atualizar sobre acontecimentos do seu bairro ou cidade, além de acessar materiais de estudo.

2024

2023



“Eu faço parte de algumas comunidades, mas são normalmente voltadas a estudos e pesquisas, coisas do tipo. Eu faço parte de uma comunidade que está sendo bastante utilizada e aí é muito dividida por temas e outros grupos mais nessa ideia também, de GTs, grupos de trabalho para determinada organização, determinado coletivo, nos dividimos em grupos de trabalhos.” Mulher, 39 anos, de esquerda, GO

“Ainda, eu tenho só essa comunidade, não estou adaptado ainda, mas eu acho que pode ser uma ferramenta para não ficar tão poluído de grupos o chat do WhatsApp.” Homem, 41 anos, de esquerda, SP

“Mas o que lembro mais claramente é de receber um convite, entrar e, depois, ver que na comunidade há vários grupos. (...) Fiquei com medo de sair do grupo e acabar saindo da comunidade.” Mulher, 58 anos, de direita, RJ

## DIFICULDADES NO USO DAS FERRAMENTAS

Percebe-se uma certa confusão em diferenciar comunidades e canais no **WhatsApp**. Ao serem questionados sobre comunidades, os participantes dos grupos de discussão frequentemente mencionam ferramentas disponíveis nos canais, demonstrando uma compreensão imprecisa das diferentes ferramentas. Embora conhecidas, os diferentes recursos estão sendo utilizados com relativa dificuldade de adaptação por algumas pessoas, por vezes deixando de usar essas funcionalidades após testá-las.

“Eu ainda não entendi bem, ainda não consegui compreender isso muito bem. Isso e os canais que ficam lá ao lado. Então eu não consegui me adaptar bem a essas ferramentas.” Mulher, 29 anos, de esquerda, RJ

“Não, não estou. Mas lembro que já tentei entrar em um grupo, mas apareceu uma comunidade com vários grupos, e aí fiquei perdida, não sabia mais como usar. Então, deixei para depois e tentei entender como funcionava.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“Eu participo de um grupo de notícias que, na verdade, é dentro do WhatsApp agora, eu percebi que ele tem canais de notícias. E ali eu entrei em um canal porque eu vi uma notícia, entrei e acabei me inscrevendo até meio que sem querer, mas eu achei interessante porque ele é um canal, é uma forma de me atualizar sobre algumas coisas.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“Eu tenho bastante comunidades no meu WhatsApp, mas eu particularmente não gosto, eu acho que não funciona. Não é que não funcione muito bem, mas é que algumas mensagens, alguns grupos acabam ficando perdidos lá dentro.” Mulher, 21 anos, de centro, PR

“Eu não sabia que existiam esses canais para a gente seguir, como a colega disse, eu acompanho muitos canais pelo YouTube mesmo, então, pelo WhatsApp, para mim, é novidade, eu não sabia.” Mulher, 44 anos, de centro, RS

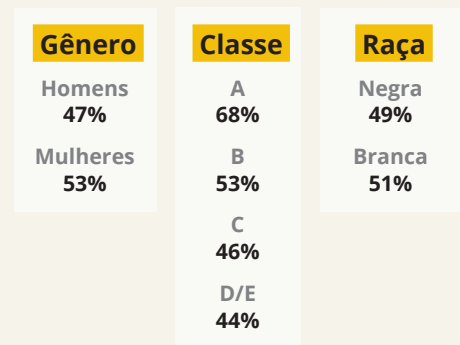
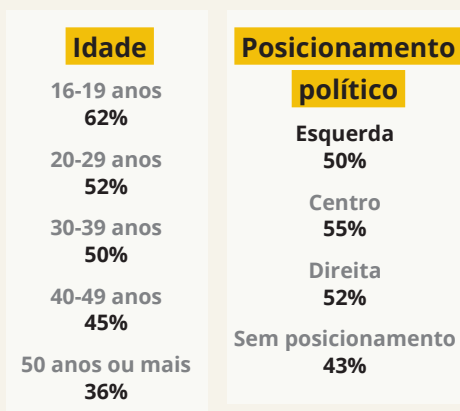
“Eu gosto, eu acho... Eu não entendo, na verdade, a diferença entre as comunidades e os canais, mas eu gosto, eu acho melhor do que entrar em grupo porque fica aqui tudo arrumadinho.” Mulher, 31 anos, de esquerda, PA

## OUTRAS FUNCIONALIDADES

Metade dos respondentes afirma ter usado a Inteligência Artificial do WhatsApp no último ano, com destaque para usuários mais jovens e pessoas pertencentes à classe A. Vale destacar que o questionário foi aplicado dois meses depois do lançamento da Meta IA, indicando rápida adesão dos usuários a essa ferramenta.

Outras funcionalidades do WhatsApp, como transcrição de áudio, pagamentos pelo aplicativo e inteligência artificial estão sendo bem recebidas e rapidamente incorporadas ao cotidiano das pessoas como ferramentas que podem facilitar ou otimizar atividades diárias. Ao mesmo tempo que alguns recursos são adotados imediatamente, os usuários também demonstram receio em utilizá-los antes de pesquisar ou buscar maiores informações sobre o funcionamento das ferramentas.

**50%** Afirma que usou a Inteligência Artificial do WhatsApp



“Agora está aparecendo a Inteligência Artificial, a IA, para fazer pesquisas, como se fosse um Google mesmo. Aí tá bem legal, bem interessante, pesquisar bastante coisa sem precisar usar o navegador mesmo.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

“A Meta IA apareceu para mim ali com outro recurso também, a transcrição de áudio eu uso, eu não gosto muito de postar áudio então eu peço para ele transcrever o áudio.” Homem, 54 anos, de centro, RS

“Apareceu para mim hoje essa função [IA], vocês acreditam? Aí eu fui testar para ver a ferramenta, gente, que bacana. Dá pra saber de tudo, eles te dão dicas de como você dorme melhor, de como você deve fazer aquilo, fazer isso, é muito interessante, viu?” Mulher, 26 anos, de direita, MG

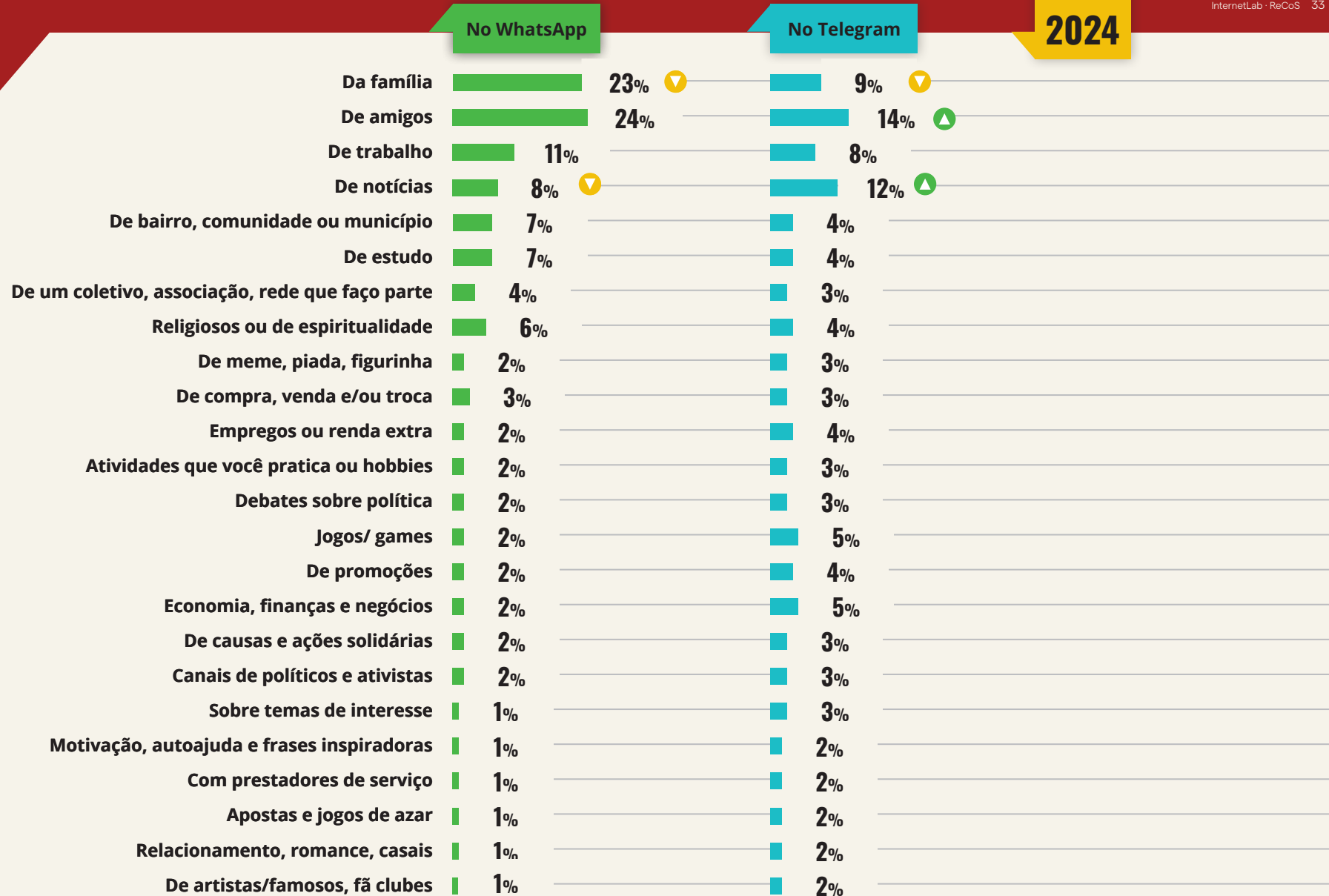
“Tem um recurso do WhatsApp que eu já vi há um tempo atrás, esses dias eu comecei a ler, mas achei muito complicado, interessante, mas complicado e não usei ainda, é o de pagamento pelo WhatsApp.” Homem, 47 anos, de direita, SP

**COMUNICAÇÃO  
SOBRE POLÍTICA  
NOS APLICATIVOS**

# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

## Questões de sociedade

Grupos em que mais aparecem discussões sobre questões da sociedade (apenas entre usuários dos apps)



18b. Dos grupos em que você participa no WhatsApp, quais são os grupos em que MAIS aparecem discussões sobre questões da sociedade, como defesa da família, racismo, desmatamento, etc. : Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas 18d. Dos grupos e canais em que você participa no Telegram, quais são os grupos em que MAIS aparecem discussões sobre questões da sociedade, como defesa da família, racismo, desmatamento, etc. : Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas.

# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

## Questões da sociedade



P 18b. Dos grupos em que você participa no WhatsApp, quais são os grupos em que MAIS aparecem discussões sobre questões da sociedade, como defesa da família, racismo, desmatamento, etc. : Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas P 18d. Dos grupos e canais em que você participa no Telegram, quais são os grupos em que MAIS aparecem discussões sobre questões da sociedade, como defesa da família, racismo, desmatamento, etc. : Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas.



# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

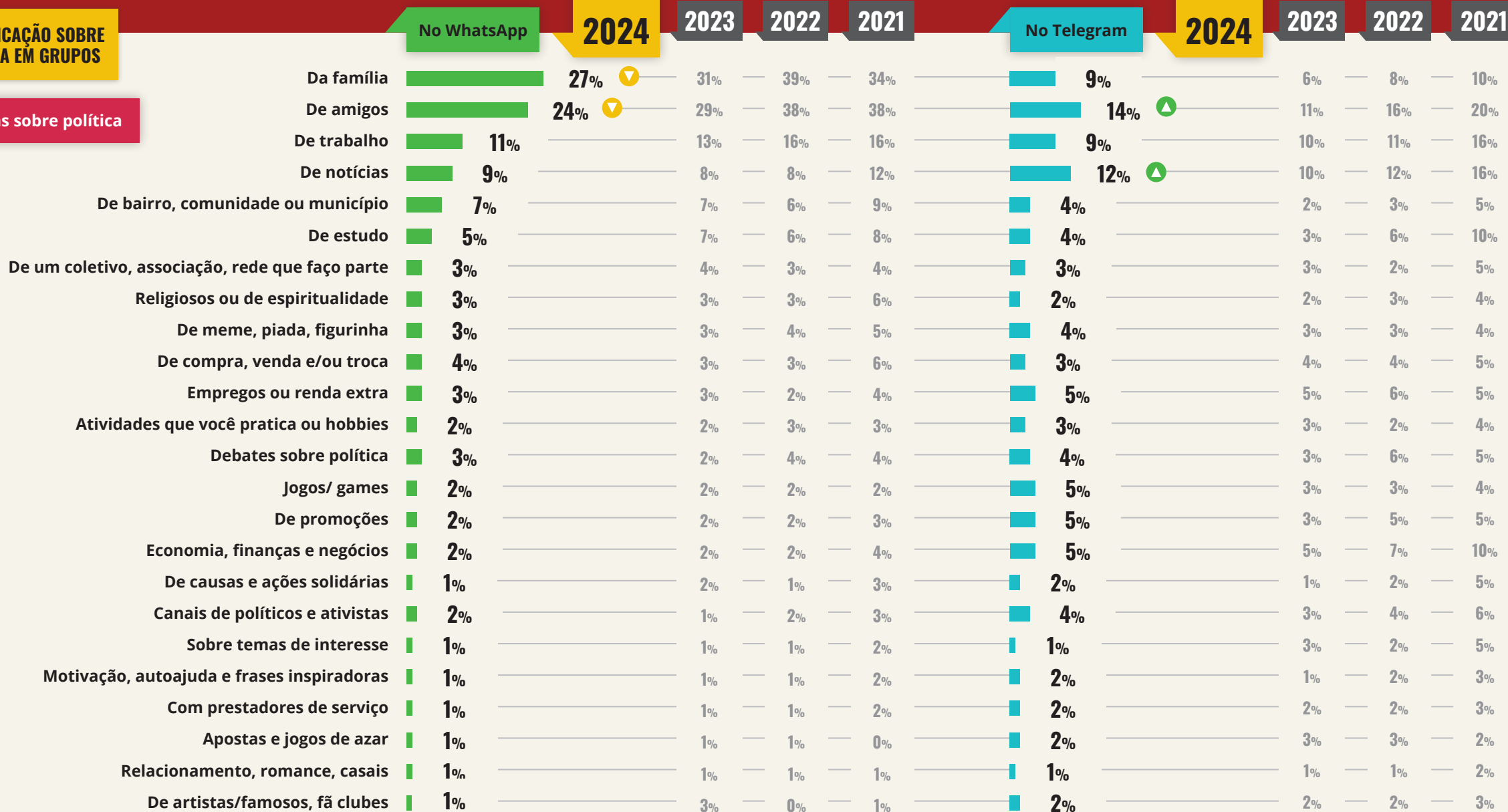
## Notícias sobre política

Grupos em que mais aparecem notícias sobre política, políticos e governo (apenas entre usuários dos grupos nos apps)



COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

Notícias sobre política



18a. Dos grupos em que você participa no WhatsApp, quais são os que MAIS aparecem notícias sobre política, políticos e governo? Marque ATÉ 3 alternativas. , etc. Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas | 18c. Dos grupos e canais em que você participa no Telegram, quais são os que MAIS aparecem notícias sobre política, políticos e governo? Marque ATÉ 3 alternativas. (RM) Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas.

## Notícias sobre política

A tendência de diminuição na circulação das notícias sobre política nos grupos de família, amigos e trabalho se mantém em 2024. No **Telegram**, grupos de amigos e notícias mantém relevância na aparição de discussões políticas.

No **WhatsApp**, embora apareçam notícias políticas nos grupos, há uma percepção de que as pessoas estão mais contidas em discutir sobre política, buscando segmentar os assuntos e priorizando o tema principal de cada grupo. Uma mudança de comportamento observada foi evitar discutir sobre política em alguns grupos, até mesmo entre aqueles que tinham comportamentos mais combativos nas discussões.

Para algumas pessoas o **Telegram** pode ser visto como lugar para discussão política sem censura.



18a. Dos grupos em que você participa no WhatsApp, quais são os que MAIS aparecem notícias sobre política, políticos e governo? Marque ATÉ 3 alternativas. , etc. Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas | 18c. Dos grupos e canais em que você participa no Telegram, quais são os que MAIS aparecem notícias sobre política, políticos e governo? Marque ATÉ 3 alternativas. (RM) Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas.

# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

## Comunidades no WhatsApp

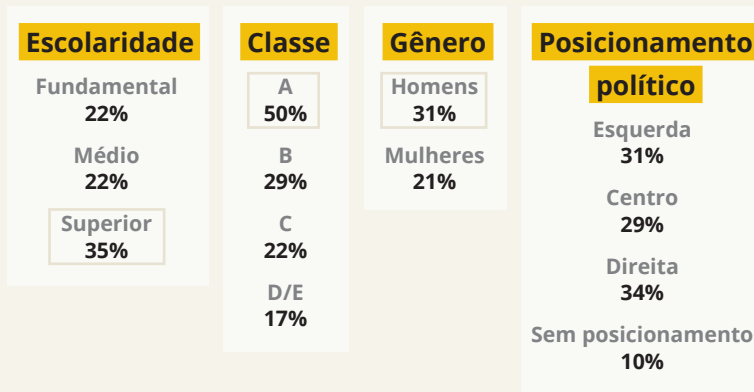
Dos participantes de comunidade com grupos que falam sobre **política**, destacam-se homens, pessoas com ensino superior, moradores de capitais (31%) e de classe mais alta – quanto maior a classe, maior a participação.

Nas comunidades que discutem **questões da sociedade**, destacam-se pessoas de classe A e posicionadas à esquerda.

A participação em comunidades e grupos que falam de questões políticas e da sociedade teve uma leve queda em 2024, mesmo sendo um ano eleitoral.

**26%** dos respondentes estão em alguma comunidade com grupos que falam sobre política.

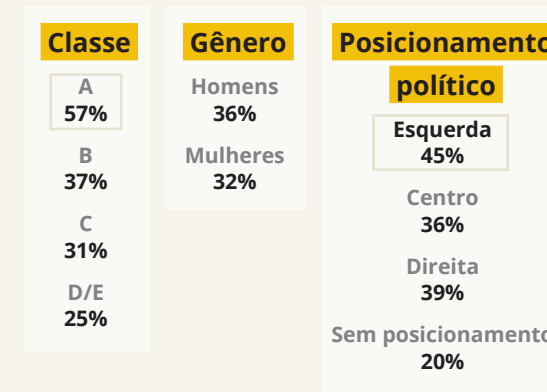
2023 = **29%**



“Eu tenho uma comunidade do meu bairro que o pessoal posta avisos, vendas, denúncias, etc, e postam também políticos daqui, então, candidatos a vereador, eles colocam aqui no grupo, na comunidade, no caso.” Mulher, 31 anos, de esquerda, PA

**34%** dos respondentes estão em alguma comunidade com grupos que falam sobre questões da sociedade.

2023 = **39%**



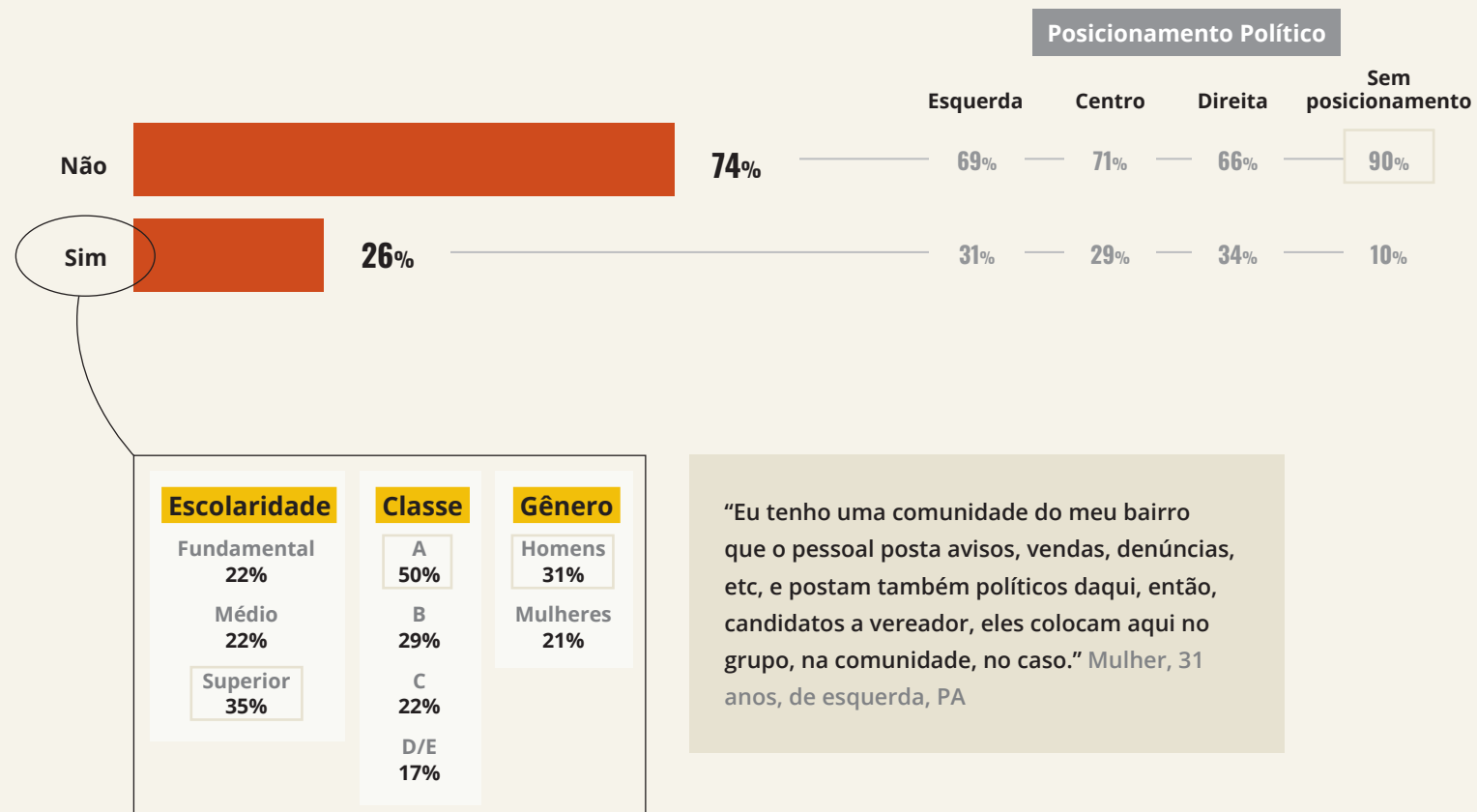
“Tem uma de notícia da minha cidade, tem uma de jogos e também tem uma de assuntos gerais, tipo de geografia geral e também tem uma de matemática.” Homem, 29 anos, de direita, AL

# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

## Comunidades no WhatsApp

Dos participantes de comunidade com grupos que falam sobre política, destacam-se homens, pessoas com ensino superior, moradores de capitais (31%) e de classe mais alta – quanto maior a classe, maior a participação.

### Acompanha uma comunidade com grupos que falam sobre política no WHATSAPP



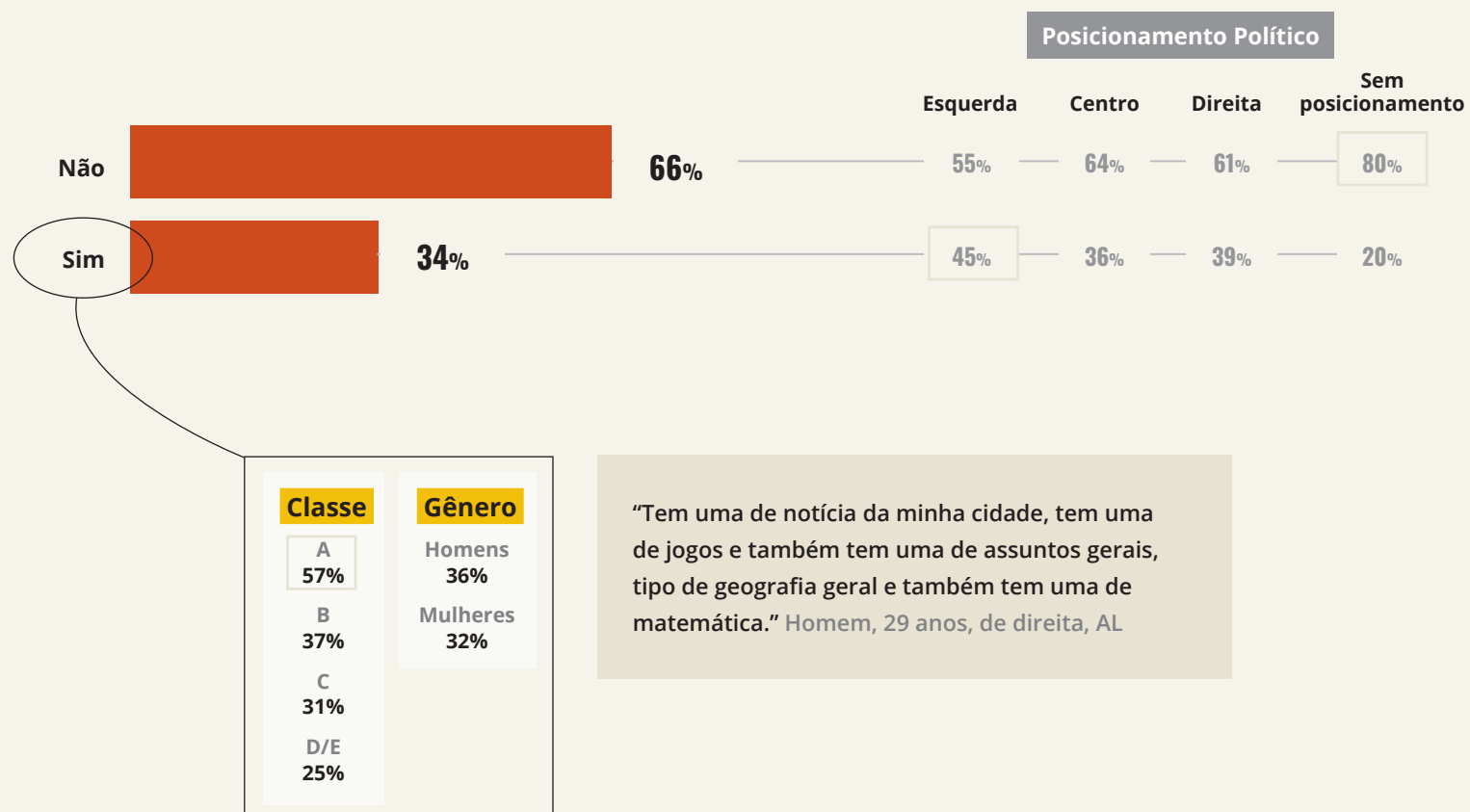
# COMUNICAÇÃO SOBRE QUESTÕES DA SOCIEDADE EM GRUPOS

## Comunidades no WhatsApp

Nas comunidades que discutem questões da sociedade, destacam-se pessoas de classe A e posicionadas à esquerda.

A participação em comunidades e grupos que falam de questões políticas e da sociedade teve uma leve queda em 2024, mesmo sendo um ano eleitoral.

Acompanha uma comunidade com grupos que falam sobre questões da sociedade no WHATSAPP



# PERCEPÇÃO SOBRE O AMBIENTE

Ao longo do tempo, o medo de dar opinião sobre política porque o ambiente está muito agressivo permanece para metade dos respondentes.

O receio em compartilhar opiniões políticas por conta do ambiente agressivo está consolidado, sem diferenças entre as pessoas posicionadas politicamente.

**56%** \* dos respondentes sentiram medo de dar sua opinião sobre política porque o ambiente está muito agressivo

2023 = **55%**

2022 = **57%**

## Posicionamento

### político

Esquerda  
63%

Centro  
66%

Direita  
61%

Sem posicionamento  
37%

## Gênero

Homens  
53%

Mulheres  
60%

“Acho que os ataques hoje estão mais acalorados. Então, às vezes você fala alguma coisa e é mais complicado, o pessoal não quer debater, na verdade já quer ir pra briga mesmo.” Mulher, 36 anos, de esquerda, PE

“Eu percebo discussões mais acaloradas, as pessoas parecem que, vamos dizer, perdem a linha mais rápido, se exaltam mais rápido, principalmente quando são questões que envolvem partido, política.” Mulher, 36 anos, de esquerda, PE

\*Os dados se referem a quem respondeu “concordo totalmente” + “concordo em parte”. P 22c. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Sinto medo de dar minha opinião sobre política pois o ambiente esta muito agressivo. Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas. P 22a. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Costumo repassar notícias interessantes sobre assuntos do momento na política. Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas.

## COMPORTAMENTOS QUE SE CONSOLIDARAM

Ao longo do tempo, percebe-se que se consolidaram os comportamentos para **evitar conflitos** nos grupos. Desde 2020, aproximadamente metade dos usuários afirma se policiar sobre o que fala nos grupos ou evitar falar de política nesses espaços. Não existem diferenças significativas em termos de posicionamento político.

As mulheres se destacam por realizar mais essas ações, demonstrando maior preocupação sobre o que falam nos grupos e buscando evitar brigas ou conflitos.

**52%\*** Se policiam cada dia mais sobre o que falam nos grupos

2023 = **52%**

2022 = **57%**

2021 = **58%**

2020 = **49%**

### Gênero

Homens  
49%

Mulheres  
56%

### Posicionamento

#### político

Esquerda  
57%

Centro  
54%

Direita  
57%

Sem posicionamento  
42%

“As pessoas foram se autorregulando, e nos grupos onde sempre se discutia alguma coisa, hoje é praticamente zero. As pessoas tentam, alguém publica alguma coisa, mas é ignorado.” Mulher, 50 anos, de esquerda, SP

**50%\*** Evitam falar de política no grupo da família para fugir de brigas

2023 = **50%**

2022 = **52%**

2021 = **50%**

2020 = **49%**

### Gênero

Homens  
47%

Mulheres  
53%

### Posicionamento

#### político

Esquerda  
52%

Centro  
54%

Direita  
48%

Sem posicionamento  
48%

“E eu não gosto de participar porque, como se fala, política, futebol, religião é indiscutível. Então, quando se torna isso, eu prefiro ficar calada, ouvir para não gerar um certo desconforto.” Mulher, 49 anos, de centro, RO

\*Os dados se referem a quem respondeu “concordo totalmente”. P 22a. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Cada dia me policio mais sobre o que falo nos grupos. Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas | Base 2020: respostas. | Evito falar de política no grupo da família para fugir de brigas. Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas | Base 2020: 2563 respostas.

## COMPORTAMENTOS QUE SE CONSOLIDARAM

A maioria dos respondentes evita compartilhar conteúdo que possa atacar os valores de outras pessoas, principalmente as mulheres, independente de posicionamento político ou tipo de município.

Esse comportamento se mantém estável ao longo dos anos, ainda que com pequenas variações: em 2024, 6 a cada 10 pessoas afirmam tomar cuidado para não ofender outros ao se posicionar. Muitos relatam que essa postura passou a ser uma regra em alguns grupos de família, sendo uma forma de preservar as relações afetivas.

**65** \* Evitam compartilhar mensagens que possam atacar os valores de outras pessoas

2023 = **66%**    2022 = **71%**    2021 = **64%**    2020 = **57%**

### Gênero

Homens  
59%

Mulheres  
70%

### Posicionamento

**político**

Esquerda  
65%

Centro  
69%

Direita  
64%

Sem posicionamento  
63%

“Mas tem o marido de uma prima minha que vira e mexe na época da eleição, (...) ele ia lá e jogava uma polêmica. Eu não gostava porque achava muito deselegante, porque já tínhamos um tratado silencioso, entendeu? É família, né? Você não vai ficar arrumando confusão. E ele vivia insistindo para destruir esse tratado silencioso que a gente tinha de não falar sobre esse tema [política] no grupo. Insuportável, inclusive. Achava isso insuportável, completamente deselegante.” Mulher, 29 anos, de esquerda, RJ

“Por exemplo, grupo de política, às vezes, deixar de falar, dar uma certa opinião para não acabar chateando os demais, só isso mesmo, dar uma relevada nas palavras.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

## MUDANÇA DE COMPORTAMENTO NO USO DOS APLICATIVOS DE MENSAGENS

Os relatos indicam um amadurecimento no uso dos aplicativos de mensagens, com uma busca por compartilhar menos conteúdos considerados pouco relevantes. Há uma percepção geral de que o que se compartilha acaba ficando associado à imagem do indivíduo. Além disso, esses aplicativos são vistos como meios de reprodução e divulgação do trabalho, o que leva a um maior cuidado na manutenção da imagem e com objetivo de assegurar a sua credibilidade.

Os grupos já eram utilizados para trabalho e comunicação pessoal, estão cada vez mais se tornando locais para resolução de problemas e atividades profissionais. Vêm se consolidando a consciência de que os aplicativos de mensagem exigem um uso cada vez mais responsável.

“Com certeza, saindo de grupos, limitando várias coisas, eu acho que de um tempo para cá eu me profissionalizei mais sobre o que fazer para a rede social porque é o meu cartão de visita.” Mulher, 46 anos, sem posicionamento político, PR

“(…) as pessoas estão usando o marketing mesmo e se você começa a falar muita besteira você perde a credibilidade.” Mulher, 46 anos, sem posicionamento político, PR

“Acho que os grupos ficaram mais profissionais em muitos casos né, deixaram de ser aquele grupo de brincadeira ou informal e hoje a gente tem muito grupo que é profissional, formal.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“A gente agora consegue viver com mais, administrar com mais responsabilidade e ter mais cuidado com o que postamos e com o que vemos também porque tem muita coisa, muita besteirinha e se você não ficar de olhos abertos você acaba caindo nas besteirinhas.” Mulher, 48 anos, de direita, PE

“Mas mudou muita coisa: eu venho vendo um amadurecimento, pelo caminho mais longo, mas venho vendo sim, antes era muito mais palhaçada e besteira faziam grupo para qualquer porcaria e agora as pessoas estão sabendo usar para alguma coisa útil.” Homem, 54 anos, de centro, RS

## MUDANÇA DE COMPORTAMENTO NO USO DOS APLICATIVOS DE MENSAGENS

Percebe-se um movimento de evitar discussões sobre temáticas políticas e questões da sociedade nos grupos, já que a maioria das pessoas possui opiniões e posicionamentos políticos bem definidos.

Nessas situações, o debate é visto como um esforço improdutivo, com pouca margem para mudança de opinião ou convencimento. Com isso, qualquer discordância pode ser interpretada como um ataque aos valores pessoais, o que acaba gerando brigas, desentendimentos e outras situações desconfortáveis.

“E acho que ninguém ali vai mudar a opinião de ninguém. Enfim, cada um fica com a sua opinião, e mantemos o grupo mais para assuntos familiares.”  
Mulher, 50 anos, de esquerda, SP

“Não gosto porque vira bagunça, fica debatendo e não chega a lugar nenhum. Então, cada um com sua opinião, e eu guardo a minha aqui. Quando precisar, eu dou.” Mulher, 30 anos, de esquerda, MG

“Não há muito respeito mesmo, cada um fala o que pensa e pronto. Aí fica quem consegue defender melhor seu ponto.” Mulher, 58 anos, de direita, RJ

“Eu estou muito mais usuária do WhatsApp agora do que antigamente, mas uma coisa que mudou é que antes eu era muito brigona em questão de política, eu xingava e brigava dentro dos grupos, hoje em dia eu só observo e não dou muita bola mais.” Mulher, 30 anos, de centro, RS

“Eu não falo nada, só observo. Porque não dá para estar discutindo, porque cada um vai ter um pensamento, um jeito, então eu fico bem neutra nessa parte de política.” Mulher, 47 anos, de centro, SP

“(…) tem infelizmente essa coisa do radicalismo, o ser humano cada vez mais ele está em grupos, em células, não pode expressar X opinião.” Homem, 41 anos, de esquerda, SP

“Na verdade, eu não gosto de discutir política porque é muito complicado. Facilmente pode se tornar um debate muito tenso, sabe? O foco não é a troca de ideia que passa a girar em torno de querer provar quem está certo. E geralmente caímos nesse erro. E aí, eu não gosto muito.” Mulher, 27 anos, de centro, PA

# CONFLITOS NOS GRUPOS

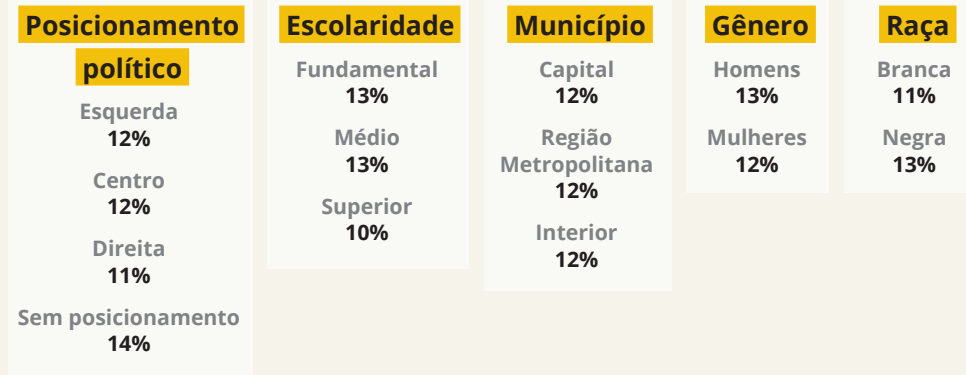
Mesmo com a preocupação e esforço em não causar conflitos, 1 em cada 10 pessoas preferem se posicionar, por exemplo, compartilhando conteúdo que consideram importante mesmo que isso cause desconforto no grupo.

Não há variação entre moradores de capitais, regiões metropolitanas e interior nem variações consideráveis de posicionamento político ou escolaridade.

**12%\*** compartilham algo considerado importante mesmo que possa causar desconforto em algum grupo

2023 = **11%**

2022 = **15%**



“Já vi, mas de pessoas que foram removidas justamente por isso, porque estavam sempre provocando, gerando confusão, parece que não pode ver um grupo tranquilo, calmo, no foco daquele assunto que ele tem que mandar alguma coisa para agitar o grupo, para começar aquele debate, aquela discussão.” Mulher, 36 anos, de esquerda, PE

“Eu tenho um tio que é pastor e fazia parte do grupo da família. E aí, para puxar determinado debate, ele mandava alguma matéria sensacionalista. (...) O intuito dele era sempre puxar esse tipo de discussão da família. Até para causar.” Mulher, 39 anos, de esquerda, GO

# EXPOSIÇÃO DE OPINIÕES

Em relação a 2023, aumentou o número de pessoas que admitem compartilhar conteúdos mesmo que possam parecer ofensivos. Pessoas da classe A, e quem se declara de esquerda ou direita admitem mais que compartilham ideias mesmo que possam ofender alguém.

Esse comportamento está relacionado à convicção sobre o assunto ou mesmo uma disposição para interagir nos grupos mesmo que possa gerar conflitos.

**18%** \* afirma que, quando acredita em uma ideia, compartilha mesmo que isso possa parecer ofensivo

2023 = **12%**

2022 = **16%**

2021 = **16%**

2020 = **14%**

## Posicionamento político

### Mulheres

Esquerda  
21%

Centro  
11%

Direita  
23%

Sem posicionamento  
10%

### Homens

Esquerda  
25%

Centro  
17%

Direita  
23%

Sem posicionamento  
16%

## Classe

A  
26%

B  
19%

C  
17%

D/E  
16%

## Município

Capital  
21%

Região  
Metropolitana  
18%

Interior  
16%

## Gênero

Homens  
20%

Mulheres  
16%

“Eu gosto mais de interagir, de zoar, de brincar com todo mundo, fazer amizade, dar minha opinião, porque eu falo para você, eu sou forte, viu? Ninguém debate comigo, não. Gosto de causar também nos grupos.” Mulher, 26 anos, de direita, MG

“Eu tacho fogo no grupo. Gosto de assunto polêmico, gosto de falar, gosto de tacar lenha na fogueira e muitas vezes sou removida. Mas aí eu vou com o meu outro WhatsApp e entro de novo. O negócio comigo é assim.” Mulher, 26 anos, de direita, MG

“Tem pessoas que já entram provocando, puxando conversa para animar o grupo, com memes ou até uma tentativa de provocar. É a pessoa que anima o grupo, começa a conversa, cutuca alguém, faz alguém ficar nervoso ou brincar.” Homem, 41 anos, de direita, SE

# EXPOSIÇÃO DE OPINIÕES

Em 2024 houve um pequeno aumento no número de pessoas que reagem a conteúdos que elas consideram absurdos, com destaque para homens com posicionamento político de esquerda, que fazem isso com maior frequência.

De acordo com as pessoas escutadas, esse comportamento acontece principalmente quando se deparam com notícias consideradas falsas, ofensivas, difamatórias e outros conteúdos absurdos.

**19%\*** afirma que, quando alguém manda um conteúdo absurdo sobre política num grupo, acaba reagindo mesmo que possa causar briga

2023 = **13%**

2022 = **15%**

## Posicionamento político

### Mulheres

Esquerda  
24%

Centro  
16%

Direita  
19%

Sem posicionamento  
9%

### Homens

Esquerda  
33%

Centro  
16%

Direita  
23%

Sem posicionamento  
16%

## Município

Capital  
22%

Região  
Metropolitana  
18%

Interior  
16%

## Gênero

Homens  
22%

Mulheres  
16%

“Tipo, minha avó começa a compartilhar umas coisas assim... Ah, não sei quem falou que vai ter uma nave alienígena chegando no mundo, entendeu? Aí, nessa hora, eu acabo intervindo, né? Mas, no geral, sou mais de boa.” Homem, 28 anos, de direita, RS

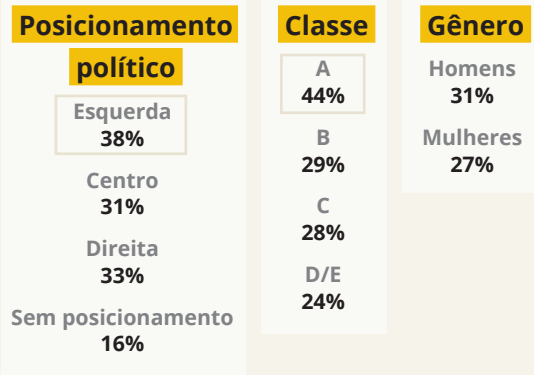
“E, agora, quando vem história de fake e eu sei que é mentira, aí eu vou para cima. Para cima num bom sentido. Eu vou relatar o que realmente acontece.” Mulher, 49 anos, de centro, RO

# EXPOSIÇÃO DE OPINIÕES

Reforçando o cenário de polarização e esgotamento de discussões políticas nos grupos, 3 a cada 10 respondentes saíram de grupos que não se sentiam à vontade para expressar sua opinião política.

Sendo um comportamento mais comum entre as pessoas da classe A, pessoas posicionadas politicamente a esquerda e homens.

**29%** Saiu de grupos onde não se sentia à vontade para expressar sua opinião política



“No grupo da minha família tinha dois primos que brigavam muito por política. Então, ali tinha aquele que alfinetava e o outro respondia. E aí, saíram do grupo. Aquela coisa, como espectadora, quando eu via aquilo, eu já me doía. Porque um começava a levar muito a sério e levava para o lado pessoal, e saiu do grupo.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

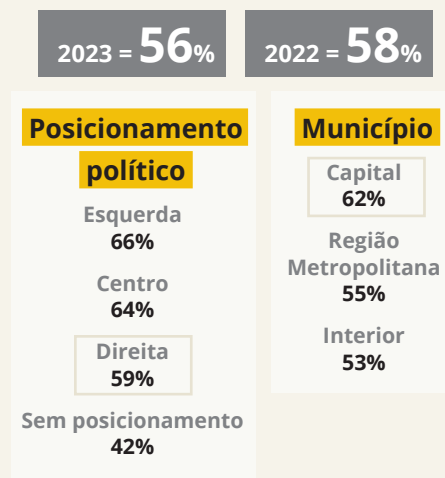
“Eu, no grupo que eu estava, que eu tive que sair, era demais. Era muita briga, muita discussão, propaganda política, bateção de boca, e eu acabei saindo do grupo.” Mulher, 47 anos, de centro, SP

“A pessoa de quem vou falar era o administrador do grupo, foi ele quem o criou. Ele era engraçado e brincalhão. Mas ele tinha um defeito: não aceitava brincadeiras quando faziam com ele. Ele podia brincar com todo mundo, mas bastava falarem sobre o time dele ou sobre política, se não era a favor dele, ele saía do grupo.” Mulher, 44 anos, de centro, RS

## DISCUSSÃO SOBRE POLÍTICA

Desde 2022 se mantém estável a taxa de 6 a cada 10 respondentes que se considera invadido ao receber conteúdo de política nos aplicativos de mensagens. Interessante notar que pessoas que se declaram de direita se mostram menos incomodadas em relação aos demais posicionamentos políticos.

**57** % \* afirmam que às vezes se sente invadido(a) quando recebe conteúdos de política no WhatsApp ou Telegram



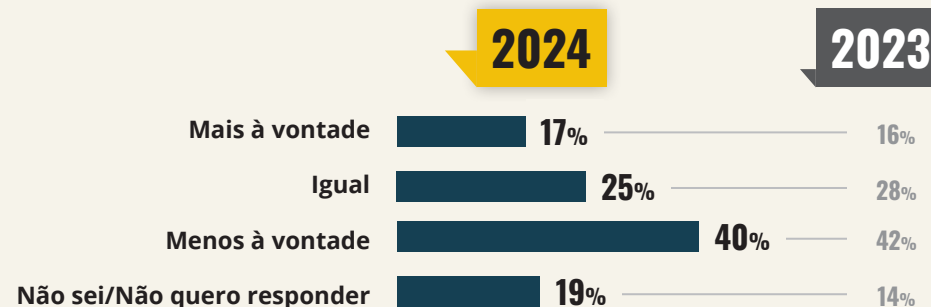
“Eu acho que essas mensagens que eu recebi mesmo dos candidatos a vereador aqui, eu achei nada a ver. Eu trabalho com o WhatsApp, então eu ia olhar a mensagem achando que era algo relacionado ao meu trabalho e tal, e aí via o santinho. E várias pessoas que eu nem conheço, nunca tive contato, nada. Então, eu achei bem desconfortável.” Mulher, 44 anos, sem posicionamento político, SC

## DISCUSSÃO SOBRE POLÍTICA

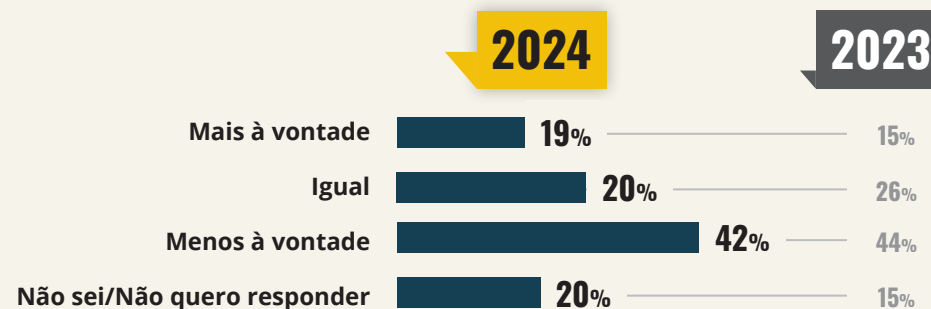
4 a cada 10 respondentes afirma que sente-se menos à vontade para conversar sobre política e participar de grupos que debatem esse tema nas redes sociais e aplicativos de mensagens, desde os resultados das eleições presidenciais de 2022.

Essa percepção tem se mantido estável desde 2023, com uma leve tendência de aumento do conforto para participar de grupos de discussão política. Homens que se identificam com a esquerda são os que se sentem mais à vontade para conversar sobre política tanto com seus contatos (31%) quanto em grupos (36%). Por outro lado, mulheres posicionadas ao centro demonstram maior desconforto: 53% afirmam sentirem menos à vontade para falar de política com seus contatos, e 54% estão menos à vontade em participar de grupos políticos.

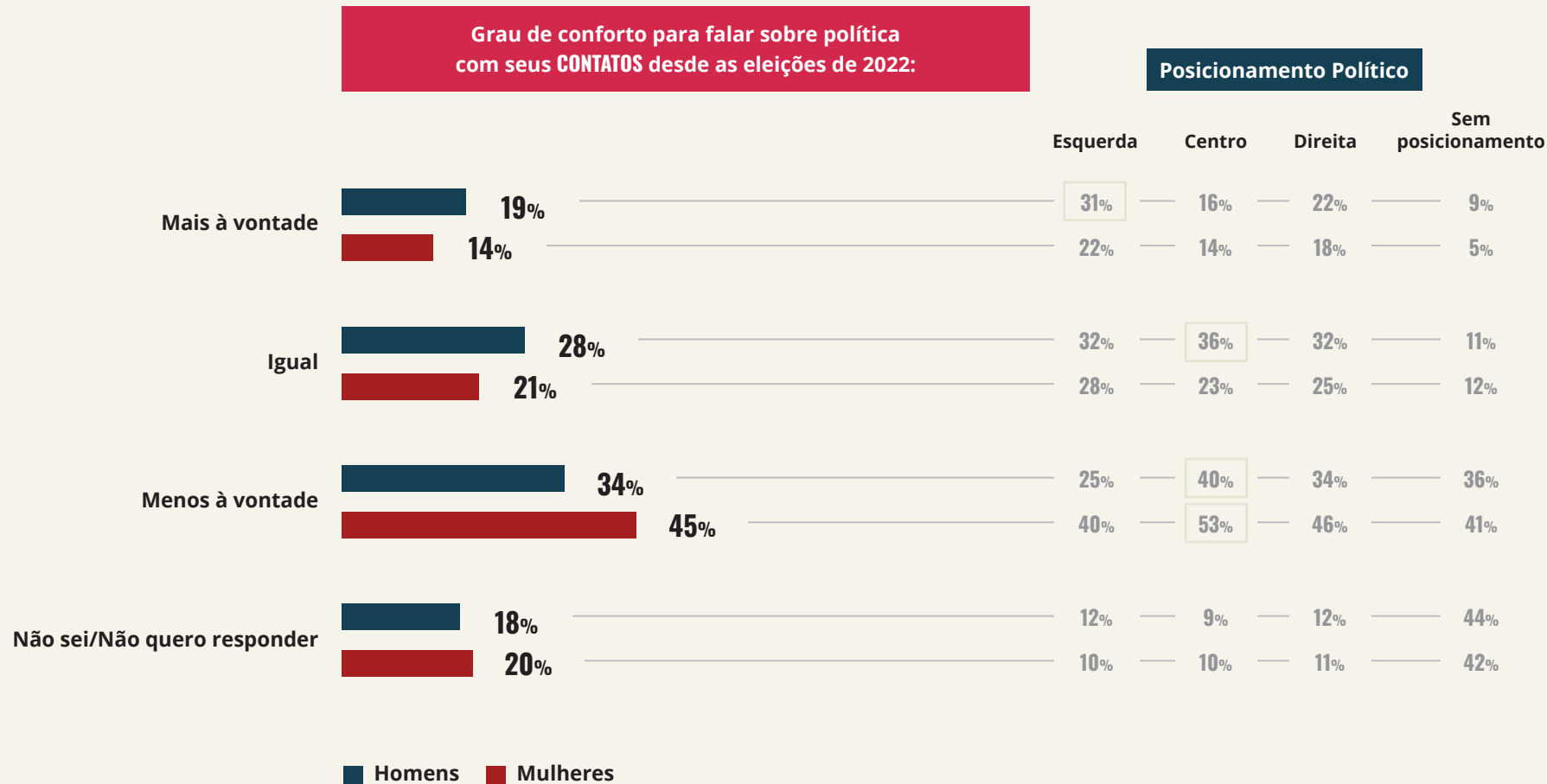
### Grau de conforto para falar sobre política com seus **CONTATOS** desde as eleições de 2022:



### Grau de conforto para participar de **GRUPOS** que debatem sobre política desde as eleições de 2022:



# DISCUSSÃO SOBRE POLÍTICA



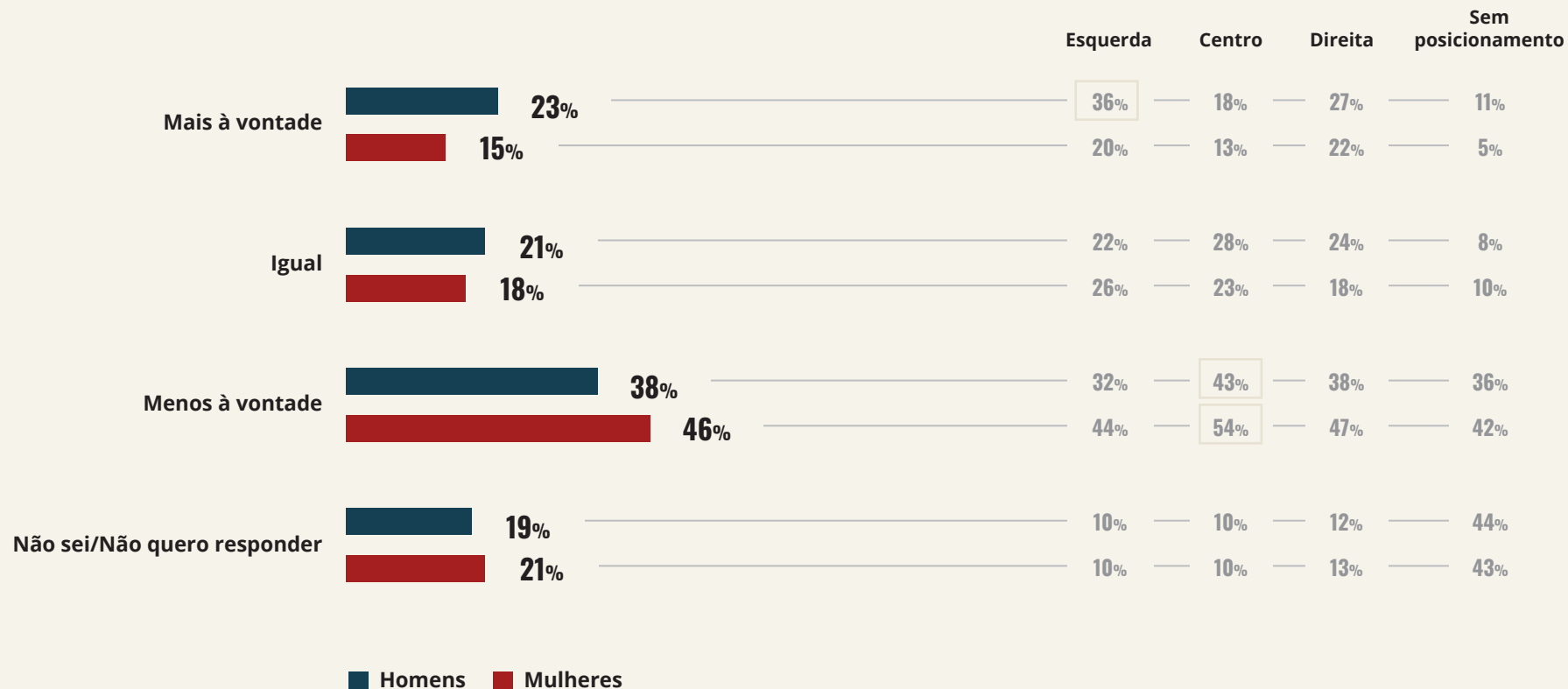
23. Desde o resultado das eleições presidenciais de 2022, pensando nas redes sociais e aplicativos de mensagens, o quanto você se sente à vontade para:

| Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas

# DISCUSSÃO SOBRE POLÍTICA

Grau de conforto para participar de GRUPOS que debatem sobre política desde as eleições de 2022:

Posicionamento Político



23. Desde o resultado das eleições presidenciais de 2022, pensando nas redes sociais e aplicativos de mensagens, o quanto você se sente à vontade para:

| Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas

## DISCUSSÃO SOBRE POLÍTICA

Os participantes dos grupos relatam que, em períodos eleitorais anteriores — como nas eleições presidenciais de 2022 —, o clima político estava mais acirrado. A partir das experiências de brigas e conflitos vivenciados no passado, e dos impactos percebidos, um novo cenário se configura: muitos optaram por reduzir manifestações políticas em grupos formados por pessoas próximas ou com algum vínculo afetivo, com relatos de retorno a grupos de família de onde tinham saído anteriormente. A intenção é preservar laços sociais estáveis e evitar tensões nas relações pessoais, guardando para si opiniões que possam abalar relações que já sofreram em outros períodos eleitorais.

“Eu acho que, depois das eleições para presidente [2022], onde houve muitos conflitos em grupos de família e de trabalho, com muitas divergências e brigas sérias, pessoas saíam do grupo e aquilo levava para o lado pessoal. Após isso, eu acho que deu uma reduzida e muita informação também apareceu. (...) Será que vale a pena gerar esse conflito e ter essas brigas em relação a pessoas tão próximas por conta de política?” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“Eu acho que não amenizou tanto, não. Porque as pessoas hoje em dia acham que a gente tem que ter a mesma opinião delas. Então, quando você se opõe a uma outra opinião, a pessoa já acha que é direito de te ofender sem te conhecer.” Mulher, 46 anos, de direita, PR

“Porque no outro ano [eleitoral] as pessoas se confundiram muito, elas se perderam muito, na minha opinião, elas se perderam dentro da política. (...) A questão ficou muito acirrada, as pessoas se ofenderam, estavam se machucando. (...) Então eu acho que agora as pessoas meio que deram uma acalmada. Não tanto, mas são menos agressivas, com espinhos mais guardados, né? Elas foram menos. Então fiquei mais à vontade para participar de algumas questões.” Mulher, 51 anos, de direita, RS

“Eu gosto de debater ideias e tal, mas está difícil ultimamente porque as pessoas estão muito radicais. No ano passado, no ano da eleição mesmo para presidente, nós criamos um grupo só para discutir política. Eu e uns amigos meus. Teve que terminar porque era muito deu perigo, né? Acabou saindo todo mundo do grupo. Estava demais.” Homem, 51 anos, de esquerda, SP

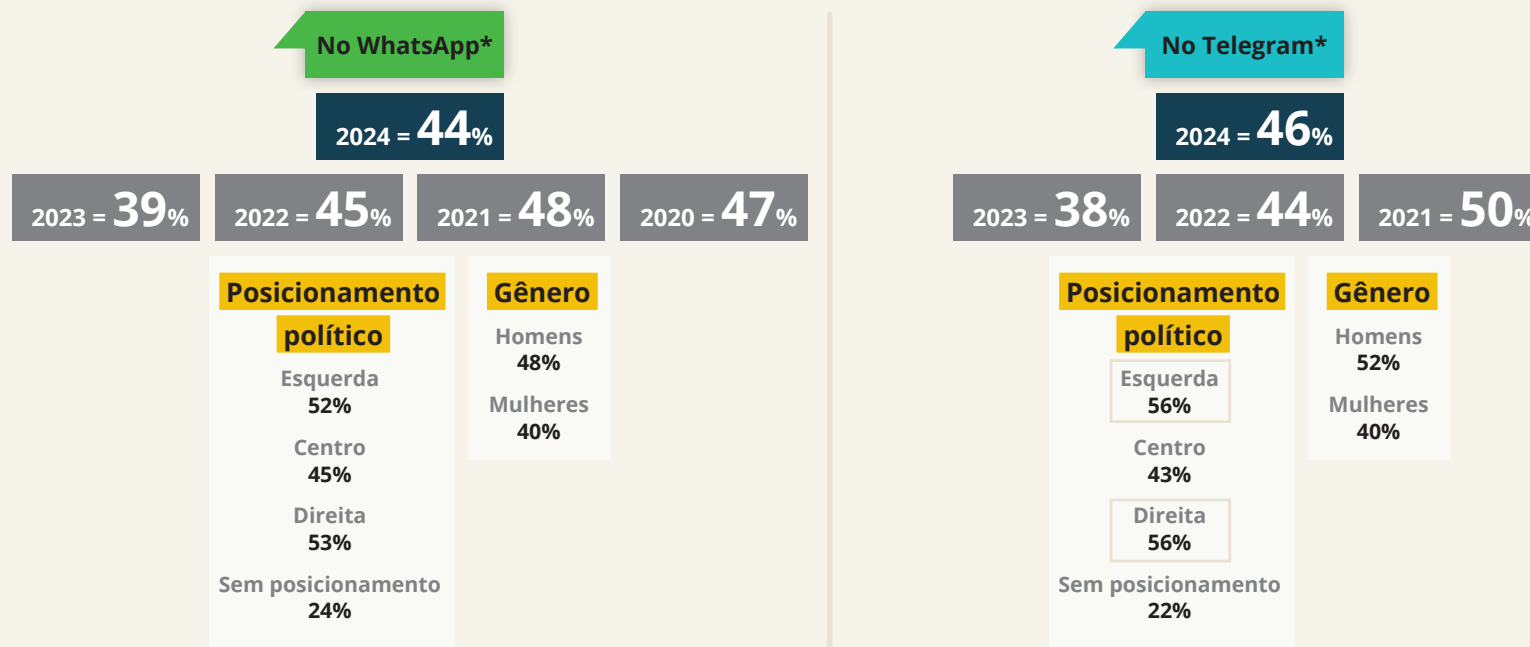
# ESTRATÉGIAS PARA FALAR DE POLÍTICA NOS APPS

4 a cada 10 consideram o **WhatsApp** e **Telegram** com um espaço seguro para falar de política.

Comparado a 2023, houve um aumento na percepção de segurança ao falar sobre política no **WhatsApp** e no **Telegram**. Os homens se sentem mais seguros para discutir política nessas plataformas, assim como pessoas posicionadas tanto à esquerda quanto à direita, possivelmente por estarem dialogando com seus pares.

Essa percepção pode estar relacionada ao comportamento já consolidado de falar sobre política em locais, grupos e espaços previamente reconhecidos como confortáveis para tratar do assunto.

## Se sentem seguros para falar sobre política:



“Então hoje eu me sinto seguro em discutir política com meus amigos porque a gente já passou por muita coisa, muita divergência que hoje a gente só aceita a opinião do outro e eu acho muito bacana isso que a gente tem.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

\*Os dados se referem a quem respondeu “concordo totalmente” e “concordo em parte” (P 22a. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir. Eu me sinto segura(o) para falar sobre política no WhatsApp. Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas | Base 2020: 2563 respostas. Eu me sinto segura(o) para falar sobre política no Telegram. Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas | Base 2021: 861 respostas.

# ESTRATÉGIAS PARA FALAR DE POLÍTICA NOS APPS

O uso de mensagens com humor segue como uma estratégia considerada interessante para falar sobre política sem gerar conflitos. Essa visão é difundida entre todos os níveis de escolaridade e de posicionamento político.

**30%** \* acha que mandar mensagens de humor é um bom jeito de falar sobre política sem provocar brigas

2023 = **26%**

2022 = **34%**

2021 = **30%**

2020 = **30%**

## Posicionamento

### político

Esquerda  
33%

Centro  
27%

Direita  
36%

sem posicionamento  
21%

## Escolaridade

Fundamental  
32%

Médio  
28%

Superior  
30%

## Município

Capital  
32%

Região  
Metropolitana  
29%

Interior  
26%

## Gênero

Homens  
32%

Mulheres  
28%

“A sorte é que sempre tem alguém mais brincalhão que coloca uma piada, algo engraçado, para quebrar o gelo.” Mulher, 58 anos, de direita, RJ

“Eu lembro também que nesse período o candidato a prefeito daqui investiu muito no marketing, mas de uma outra forma, de uma outra pegada, já fazendo meme com ele próprio. E aí foi bem estratégico assim, da parte dele, sabe?” Homem, 23 anos, sem posicionamento político, BA

“No grupo de amigos, às vezes, acontece, especialmente agora, que está tendo eleição em boa parte do Brasil. Às vezes, um candidato diz uma bobagem, vira meme, e o pessoal comenta.” Homem, 28 anos, de direita, RS

# ESTRATÉGIAS PARA FALAR DE POLÍTICA NOS APPS

A escolha por falar no privado ao invés de grupos se mantém estável desde 2022, com pouca variação entre pessoas com diferentes posicionamentos políticos, gêneros e tipos de municípios.

Também se mantém a proporção de pessoas que falam sobre política apenas em grupos com quem pensa igual. Os perfis que se destacam nesse comportamento são pessoas da classe A e aquelas posicionadas à esquerda e à direita.

**34%** \* acham que, nos apps, é melhor falar sobre política no privado do que em grupos

2023 = **33%**

2022 = **34%**

Posicionamento	Município	Gênero
<b>político</b>		
Esquerda 40%	Capital 35%	Homens 34%
Centro 33%	Região Metropolitana 32%	Mulheres 33%
Direita 38%	Interior 33%	
Sem posicionamento 24%		

“Eu gosto de discutir, mas é individualmente. Eu não gosto de expor isso para todo mundo, não. Às vezes tem aquelas pessoas mais chegadas que gostamos de comentar um assunto. (...) Mas em grupo mesmo eu não discuto não, até porque gera muita polêmica e é bom evitar polêmica.” Homem, 32 anos, de direita, ES

**29%** \* falam sobre política apenas em grupos com pessoas que pensam igual

2023 = **25%**

2022 = **28%**

Posicionamento	Classe	Gênero
<b>político</b>		
Esquerda 40%	A 45%	Homens 29%
Centro 25%	B 29%	Mulheres 29%
Direita 36%	C 28%	
Sem posicionamento 16%	D/E 23%	

“Eu ia falar o seguinte, que no grupo que eu participo, a maioria deles são direcionados a um partido. Quem não concorda com esse partido geralmente não fala nada. É como se as pessoas já tivessem aceitado que aquele grupo é mais alinhado com uma visão política específica. Entra quem quer. Eu entro, pego as figuras que me interessam e volto.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, RN

\*Os dados se referem a quem respondeu “concordo totalmente” P 22b. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Para falar sobre política nos aplicativos, é melhor no pessoal do que em grupos. | Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas. P 22c. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Acabo falando sobre política apenas em grupos com pessoas que pensam como eu. | Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas. .

## ACOMPANHAR OS GRUPOS DE DIFERENTES POSICIONAMENTOS POLÍTICOS

Ainda que exista uma preferência por conversar sobre política com pessoas de pensamento semelhante, há quem tenha o hábito de acompanhar grupos com posicionamentos políticos contrários como forma de se informar. Esse comportamento tem um caráter estratégico, pois, segundo relatos, conhecer o pensamento divergente permite construir argumentos para o embate político e também para formar suas próprias conclusões.

“Eu vejo alguns grupos de política, mas é diverso. O que eu vejo são questões sociais, a vida social do cotidiano das pessoas. De como anda o ser humano no geral, a política no geral também. Eu vejo de tudo um pouco, estrangeira e nacional, para ter a minha própria opinião.” Mulher, 51 anos, de direita, RS

“É tudo por ali, tudo. Eu gosto de ir... No caso, se tenho alguma coisa, por exemplo, falando sobre política, alguma coisa da direita, tento tirar, entendeu, o que a esquerda tá querendo dizer e o que a direita tá querendo dizer para tirar a minha avaliação. Não fico só focado numa coisa só. Eu fico tendencioso para a direita.” Homem, 48 anos, de direita, RJ

“Eu uso para uma série de coisas (...) por exemplo, grupos de direita, de esquerda, para saber como tá funcionando a política no Brasil. Não gosto muito de política, mas gosto de me informar. Basicamente é isso.” Homem, 48 anos, de direita, RJ

“Eu mesma já fui infiltrada em alguns grupos de direita na época que eu trabalhava, mas parecia que eu não era, e como eles não me conheciam, então eu ficava lá quietinha, vendo como é que eram as discussões, as propostas, o que eles pretendiam fazer.” Mulher, 32 anos, de esquerda, RJ

## INTERAÇÃO COM FAKE NEWS

De acordo com as pessoas escutadas, atualmente existe uma consciência generalizada e consolidada sobre a presença e circulação de notícias falsas nas redes sociais e nos aplicativos de mensagens, principalmente por conta das experiências nos diferentes momentos eleitorais do passado. A partir disso, muitas pessoas afirmam ter ficado mais criteriosas com as informações recebidas, inclusive incorporando práticas de checagem de informações, a partir de diferentes métodos, para não serem associadas à divulgação de mentiras.

No entanto, essa consciência não implica, necessariamente, uma redução na disseminação desse tipo de conteúdo, na medida em que há uma percepção que muitas pessoas seguem consumindo e compartilhando informações falsas.

Nos grupos de discussão, essa percepção é destacada sempre em terceira pessoa, os participantes nunca admitiam pessoalmente o consumo ou compartilhamento de Fake News.

“Não só o assunto da política, mas às vezes outras notícias que acabam rolando. Mas sempre tem aquele que vai atrás e posta lá notícia de algum outro lugar, dizendo “ah, isso aqui é Fake News, isso aqui é mentira”. Então, sempre tem. Eu, mesmo, particularmente, nunca corri atrás para ver.”

Homem, 47 anos, de direita, SP

“Eu acho que todos têm ciência da existência da Fake News, mas eu acredito muito que mais de 80% não vão procurar. Não, vou ver se realmente é verdade ou é fake. Então, eu acredito mais ou menos no que você tá falando: que as pessoas sabem dos riscos, mas muito poucas estão atrás de informação.” Mulher, 44 anos, de centro, RS

“Então para você compartilhar você tem que entender o que você está falando, tem que saber o contexto, tem que estudar aquilo porque a gente já teve um passado de Fake News aí que foi triste, muita mensagem horrorosa, então eu não quero fazer parte de uma coisa dessa.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“Eu acho que teve um aprendizado ao longo dos anos, e o amadurecimento do próprio usuário do app em realmente verificar, confirmar, checar. Eu acho que as pessoas se tornaram mais críticas. E, ao mesmo tempo, mais céticas em relação às mensagens que recebem.” Mulher, 58 anos, de direita, RJ

## CONFIANÇA, RECEBIMENTO E REPASSE DE NOTÍCIAS

Quando a mensagem é enviada por alguém de confiança, 5 a cada 10 pessoas admitem que isso gera credibilidade no conteúdo, ou seja, pessoas próximas exercem influência na validação do que é recebido, principalmente entre pessoas da classe A e de maior escolaridade.

Essa confiança é atribuída à consideração que se tem pela pessoa que compartilhou o conteúdo, seja um amigo próximo ou familiar ou a possível crença que essa pessoa não tem intenção de prejudicar os outros.

**47%** \* diz que, quando confia muito na pessoa que me mandou uma notícia, costuma acreditar que é verdade

2023 = **42%**

2022 = **44%**

### Posicionamento

#### político

Esquerda  
58%

Centro  
50%

Direita  
54%

Sem posicionamento  
28%

### Classe

A  
64%

B  
50%

C  
46%

D/E  
36%

### Município

Capital  
52%

Região  
Metropolitana  
47%

Interior  
43%

### Escolaridade

Fundamental  
43%

Médio  
45%

Superior  
53%

## CONFIANÇA PARA FALAR SOBRE POLÍTICA

A confiança para falar abertamente sobre política parece ser algo mais restrito, geralmente atrelada a amigos, familiares ou pessoas com vínculos fortes e posicionamentos semelhantes. Mesmo aqueles que discutem com pessoas de opiniões políticas diferentes, o fazem com conhecidos, pois diante de discordâncias, a conversa tende a ser guiada pelo respeito pessoal com o outro. Isso indica que os vínculos afetivos são relevantes para determinar com quem se fala sobre política.

“Minha mãe, meu irmão, minha irmã mais velha e tal. Então, a gente conversa bastante sobre isso, e a opinião deles é válida para mim avaliar também. Mas, no final, eu chego às minhas conclusões. Algumas opiniões batem, outras não, mas compartilho minha visão sobre certos candidatos e perspectivas, para terem mais elementos na avaliação também. No fim, mesmo conversando, cada um tem sua própria ideia.” Mulher, 21 anos, de esquerda, RS

“Então, a única pessoa que eu confio em relação a falar sobre política é o meu marido né, porque a gente pode conversar abertamente sobre isso tanto porque ele tem as mesmas ideias que eu.” Homem, 24 anos, de esquerda, PE

“Sim, na verdade eu tenho um amigo específico que a gente trabalha no mesmo setor e a gente conversa abertamente sobre política, independente de lado A, lado B, o que a gente concorda ou discorda a gente fala abertamente sobre o atual, sobre o outro, não importa se esteja facilitando nossa vida ou não, o que a gente vê de errado eu comento com princípio.” Homem, 27 anos, de esquerda, AL

# COMPARTILHAMENTO DE NOTÍCIAS NO WHATSAPP

Comparado com 2022, ano de eleição nacional, houve uma queda no repasse de notícias sobre assuntos do momento. Esse hábito é mais comum entre pessoas da classe A e moradores de capitais. Em 2024 cresceu o número de pessoas que admitem já ter repassado notícias sem checar a fonte, contrariando a tendência de queda observada desde 2022. É mais comum que pessoas da classe A, moradores de capitais e indivíduos com ensino superior admitam esse comportamento.

**44%** \* costumam repassar notícias interessantes sobre assuntos do momento na política

2023 = **41%**    2022 = **51%**

Posicionamento	Classe	Município
<b>político</b>	A	Capital
Esquerda	60%	50%
53%	B	Região Metropolitana
Centro	49%	44%
46%	C	Interior
Direita	41%	39%
55%	D/E	
Sem posicionamento	36%	
23%		

**41%** \* já repassou notícia que achava interessante ou importante sem checar a fonte

2023 = **36%**    2022 = **39%**    2021 = **42%**    2020 = **30%**

Posicionamento	Município	Escolaridade	Classe
<b>político</b>	Capital	Fundamental	A
Esquerda	45%	40%	53%
46%	Região Metropolitana	Médio	B
Centro	40%	39%	45%
46%	Interior	Superior	C
Direita	38%	45%	39%
48%			D/E
Sem posicionamento			33%
26%			

\*Os dados se referem a quem respondeu "concordo totalmente" + "concordo em parte". P 22a. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir:  
 Costumo repassar notícias interessantes sobre assuntos do momento na política. Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas.  
 P 22a. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Já repassei notícia que achei interessante ou importante sem checar a fonte.  
 Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas | Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas | Base 2020: 2562 respostas.

# ACOMPANHAMENTO DE CONTEÚDOS POLÍTICOS

Em 2024, houve um aumento no interesse por assuntos políticos no WhatsApp e no Telegram. No WhatsApp, o acompanhamento desses temas é mais comum entre pessoas da classe A, homens que se declaram de esquerda e moradores de capitais.

Já no Telegram, o interesse por política cresce em anos eleitorais, como 2022 e 2024, sendo mais frequente entre pessoas da classe A, moradores de capitais e homens de direita.

No WhatsApp\*

**22%** \* acompanham temas atuais da política pelo aplicativo

2023 = 16%

Classe	Município	Posicionamento
A 40%	Capital 26%	<b>político</b> Esquerda 31%
B 22%	Região Metropolitana 22%	Centro 18%
C 19%	Interior 18%	Direita 29%
D/E 20%		Sem posicionamento 11%

## Posicionamento político

### Mulheres

Esquerda  
28%

Centro  
16%

Direita  
28%

Sem posicionamento  
9%

### Homens

Esquerda  
34%

Centro  
19%

Direita  
29%

Sem posicionamento  
14%

No Telegram\*

**23%** \* acompanham temas atuais da política pelo aplicativo

2023 = 16%

Classe	Município	Posicionamento
A 46%	Capital 31%	<b>político</b> Esquerda 31%
B 22%	Região Metropolitana 21%	Centro 20%
C 19%	Interior 17%	Direita 31%
D/E 14%		Sem posicionamento 7%

## Posicionamento político

### Mulheres

Esquerda  
33%

Centro  
18%

Direita  
25%

Sem posicionamento  
5%

### Homens

Esquerda  
29%

Centro  
21%

Direita  
36%

Sem posicionamento  
10%

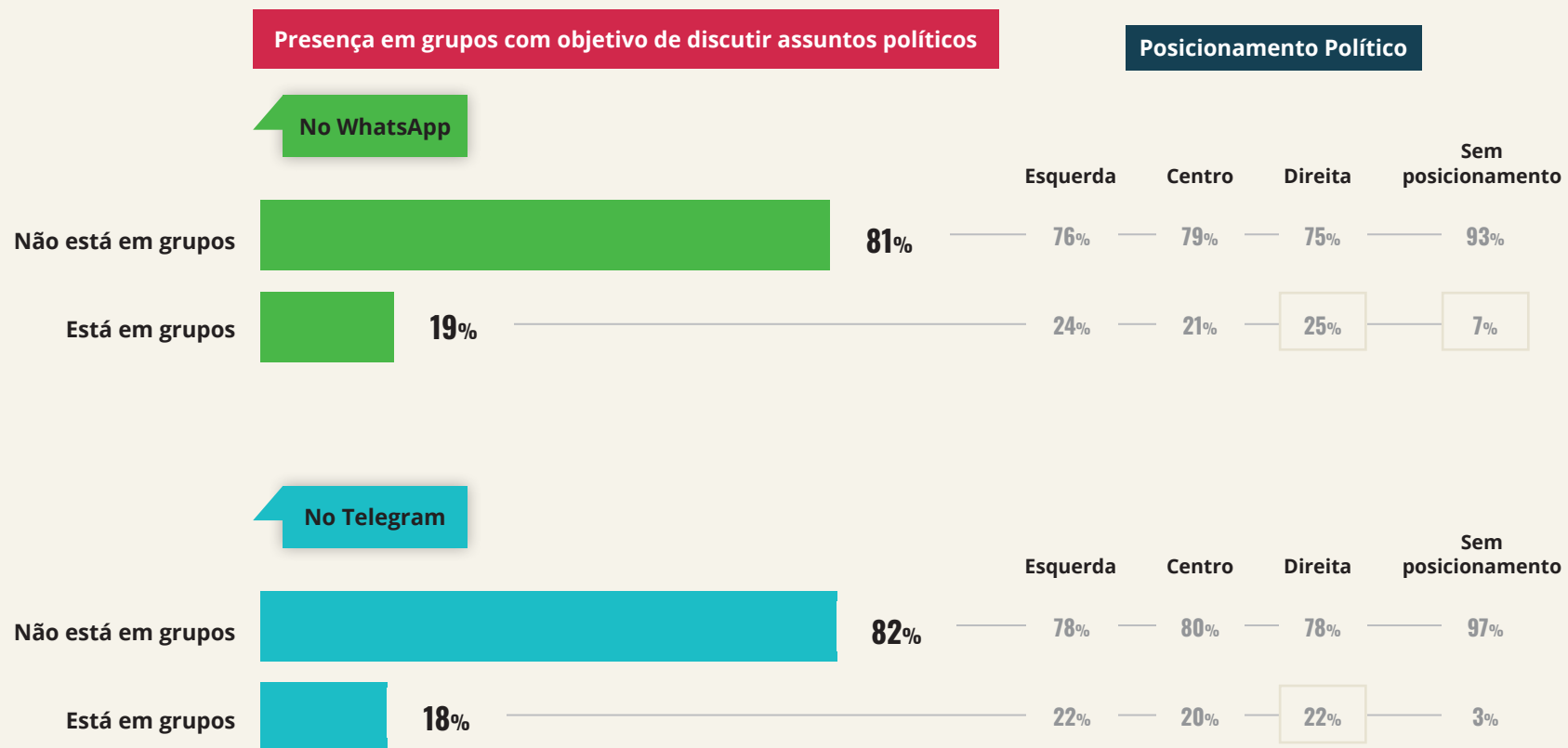
\*Os dados se referem a quem respondeu "concordo totalmente". P 22b. Por favor, diga se você concorda ou discorda com cada uma das afirmações a seguir: Acompanho temas atuais da política pelo WhatsApp. Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas. Acompanho temas atuais da política por canais do Telegram. Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas. Esta afirmação não foi aplicada nos anos anteriores a 2023.

# GRUPOS PARA DISCUSSÃO POLÍTICA

Cerca de 2 a cada 10 pessoas estão em grupos no WhatsApp ou no Telegram para discutir assuntos políticos.

O perfil majoritário de quem participa desse tipo de grupo é: pessoas com ensino superior, de classe A e homens, indicando que pessoas que participam mais de grupos também discutem mais sobre política nesses ambientes.

Não há diferenças consideráveis de comportamento entre posicionamentos políticos.



P 31a. Você está em algum grupo de WhatsApp que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas.

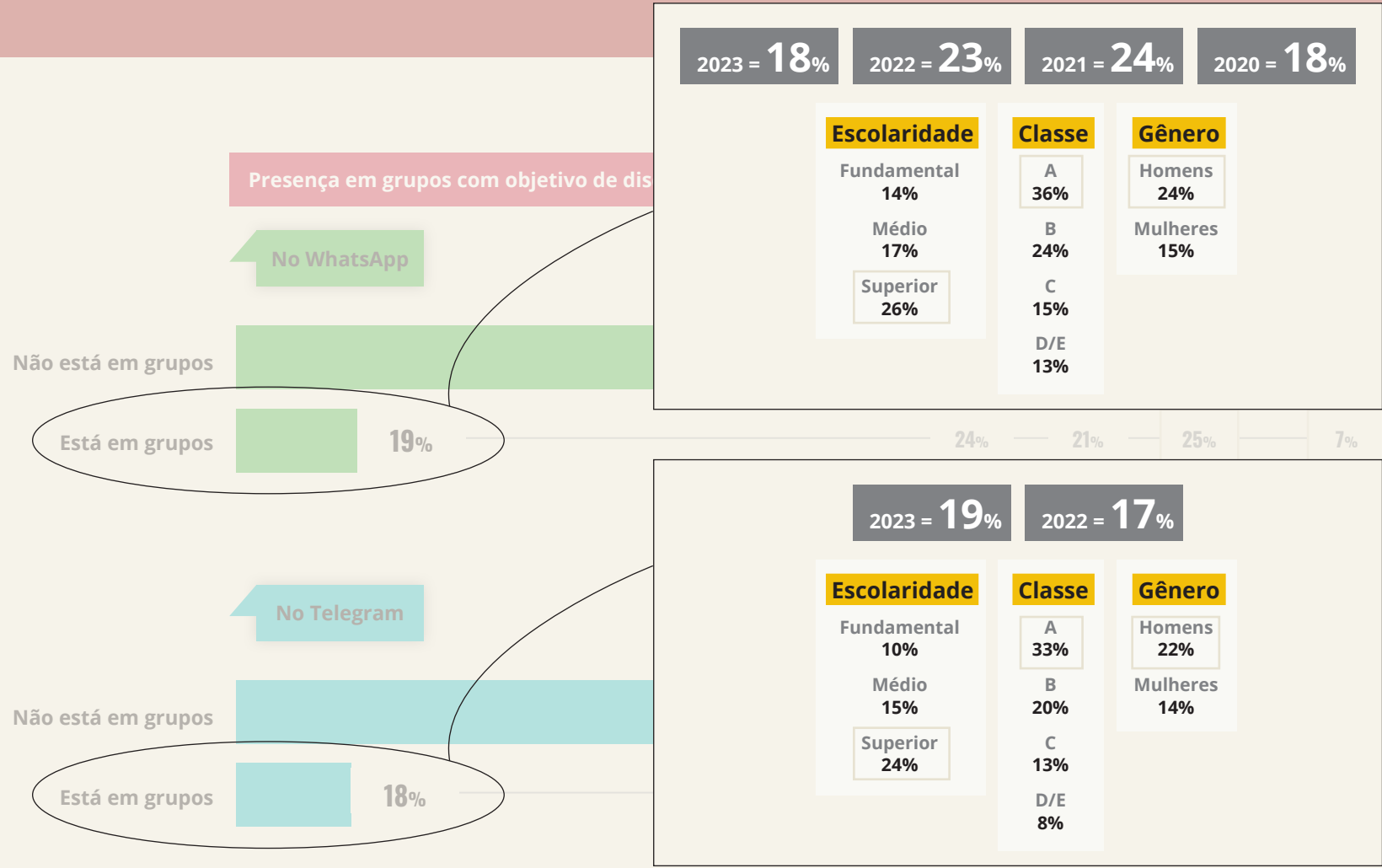
P 31c. Você está em algum grupo ou canal de Telegram que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas.

# GRUPOS PARA DISCUSSÃO POLÍTICA

Cerca de 2 a cada 10 pessoas estão em grupos no WhatsApp ou no Telegram para discutir assuntos políticos.

O perfil majoritário de quem participa desse tipo de grupo é: pessoas com ensino superior, de classe A e homens, indicando que pessoas que participam mais de grupos também discutem mais sobre política nesses ambientes.

Não há diferenças consideráveis de comportamento entre posicionamentos políticos.



31a. Você está em algum grupo de WhatsApp que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas.

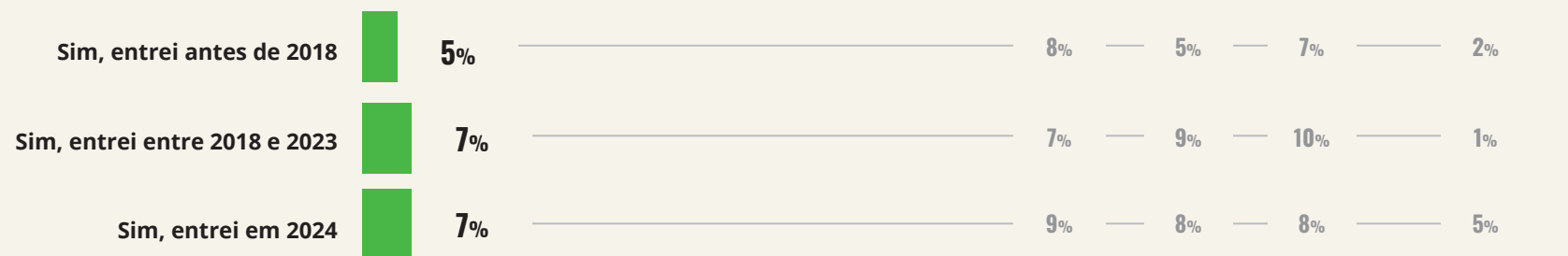
31c. Você está em algum grupo ou canal de Telegram que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas.

# GRUPOS PARA DISCUSSÃO POLÍTICA

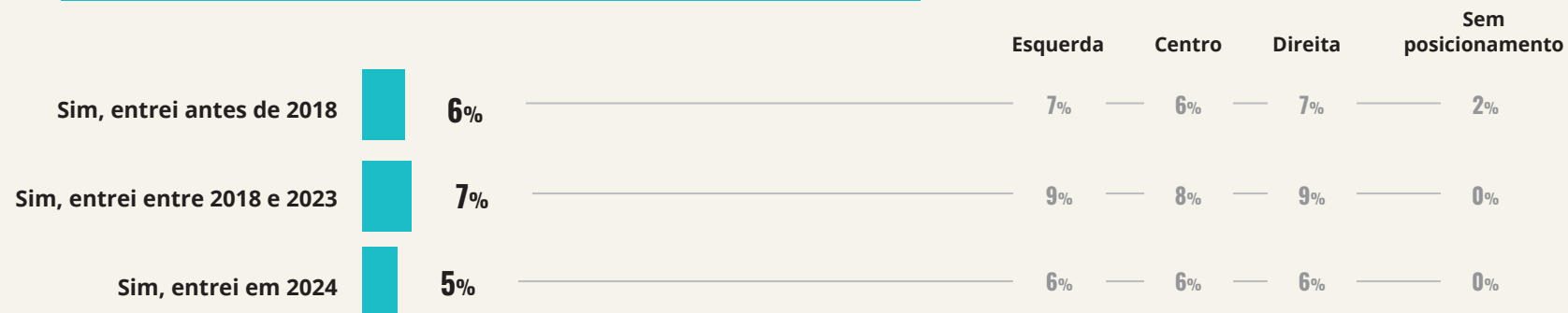
No **WhatsApp**, quase um terço dos que participam de grupos com objetivo de discutir assuntos políticos estão desde 2018, proporção semelhante ao **Telegram**.

No **Telegram**, a participação nesse tipo de grupo pode estar diminuindo.

**19%** de usuários de **WHATSAPP** que estão em grupos com objetivo de discutir assuntos políticos se distribuem da seguinte forma:



**18%** de usuários de **TELEGRAM** que estão em grupos com objetivo de discutir assuntos políticos se distribuem da seguinte forma:



P 31a. Você está em algum grupo de WhatsApp que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas.

P 31c. Você está em algum grupo ou canal de Telegram que tem o objetivo de discutir assuntos políticos? Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas.

## ACOMPANHAMENTO DE CONTEÚDOS POLÍTICOS

Apesar do aumento no acompanhamento de temas atuais da política, a presença em grupos para discutir política se mantém estável. Algumas pessoas buscam ativamente acompanhar conteúdo políticos, tanto por motivações pessoais (se informar ou gostar de discutir sobre política) quanto por entenderem a importância do tema para a sociedade como um todo.

“Eu, hoje, eu me sinto mais ativa. Eu acho que até mesmo pela experiência, que no decorrer vamos ficando mais experiente, mais atento, é isso. E em relação à política, a gente tem, não temos para onde correr, temos que fazer a nossa parte para não pegar consequência mais tarde.” Mulher, 49 anos, de centro, RO

“Acho que debatendo podemos mudar nossa opinião, dependendo do que é dito. Se as ideias forem parecidas, indo na mesma direção, pode ocorrer uma conexão e mudança.” Mulher, 21 anos, de esquerda, RS

“Eu diria bem ativo, eu presto mais atenção hoje, nos candidatos, eu procuro saber um pouco mais. Ativo em relação a fazer propaganda, ou sair discutindo com alguém, isso não faço, tá? Então o ativo para mim seria realmente estar buscando informações, pesquisando sobre alguém, isso com certeza.” Homem, 47 anos, de direita, SP

“[Usa Telegram] principalmente, para grupos políticos, como eu amo política e adoro acompanhar tudo ali.” Mulher, 46 anos, de direita, PR

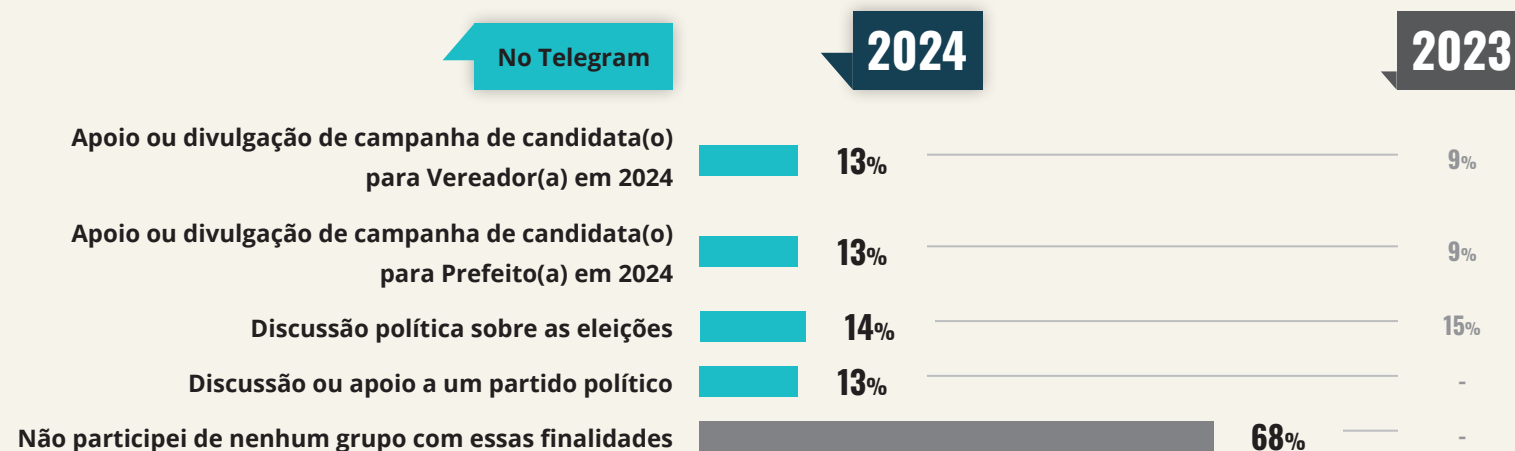
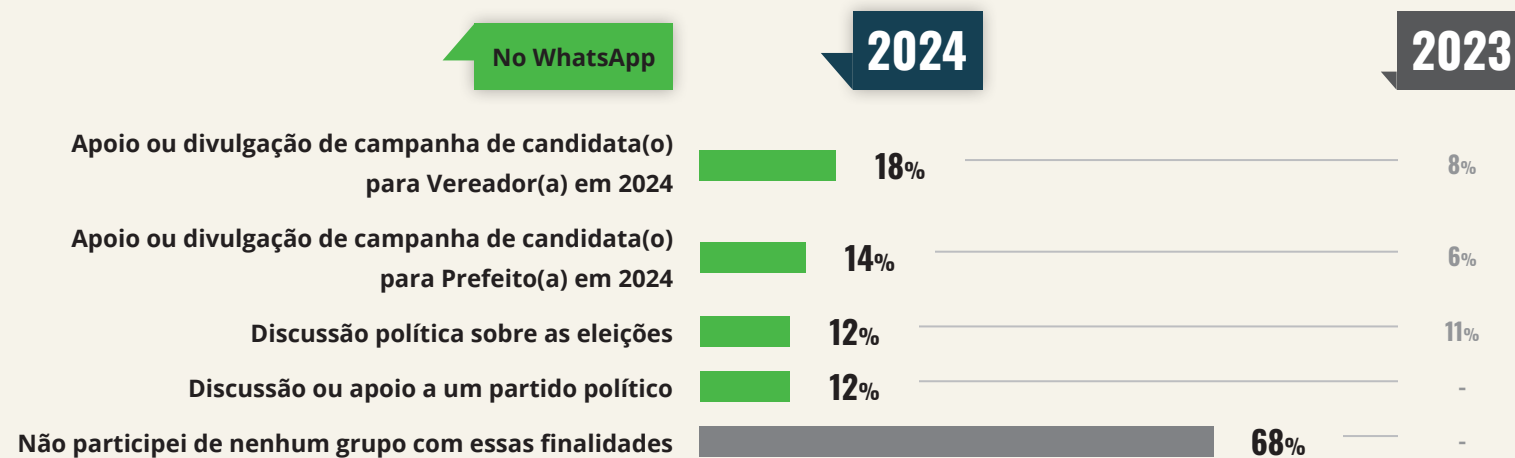
**ELEIÇÃO DE 2024  
NOS APLICATIVOS  
DE MENSAGEM**

# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÕES

Em 2024, aumentou a participação em grupos voltados ao apoio e divulgação de candidaturas para vereador e prefeito, bem como naqueles que discutem eleições. Esse crescimento foi mais expressivo no **WhatsApp**.

Em ambas as plataformas, 1 em cada 10 de seus usuários participou de grupos de apoio a algum partido político, o que sugere um engajamento partidário que vai além das campanhas para vereador e prefeito.

Nos últimos 2 meses, participou de algum grupo para: (apenas entre usuários dos apps)

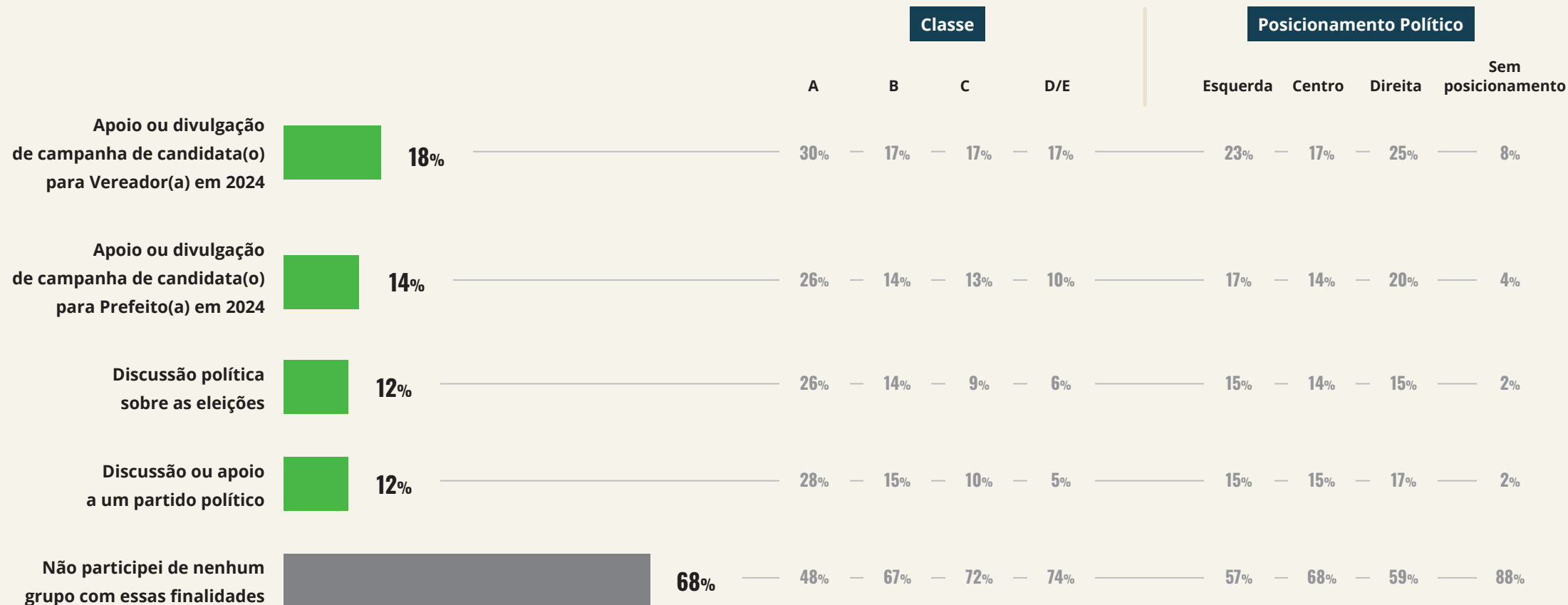


P 15a. Pensando nos últimos 2 meses, você participou de algum grupo no WhatsApp criado para: Base 2024: 3085 respostas Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2020: 2977 respostas.

P 15b. Pensando nos últimos 2 meses, você participou de algum grupo no Telegram criado para: Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 respostas.

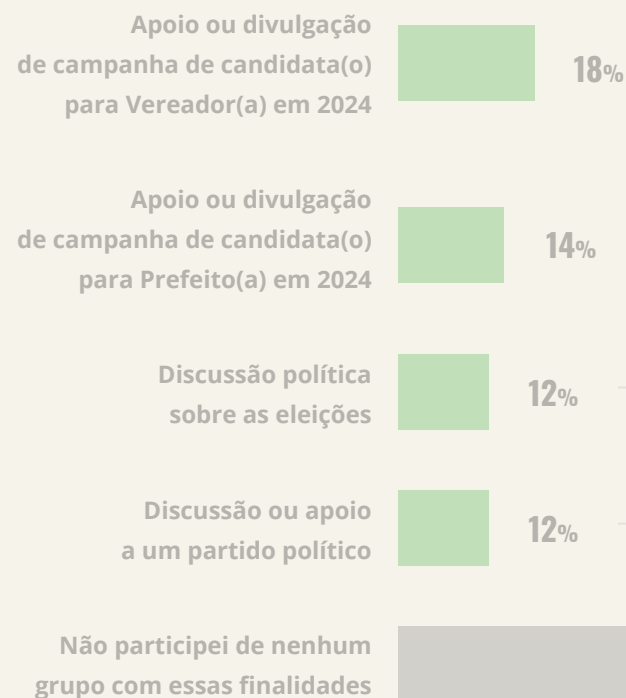
# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÕES

Nos últimos 2 meses, participou de algum grupo no WHATSAPP para:



# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÕES

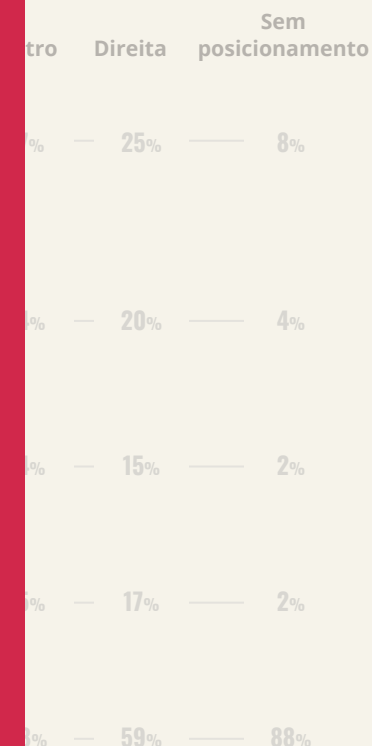
Nos últ



Entre pessoas da classe A existe uma participação maior em todos os grupos com finalidades políticas. Os grupos de apoio a campanha para vereador são os únicos em que a participação de classe B até E ocorre em iguais proporções. Quanto aos demais grupos, como de prefeito, eleição e partido, quanto mais baixa a classe menor é a participação, o que pode apontar que na medida em que a discussão se distancia de instâncias mais concretas, fica mais restrito o engajamento.

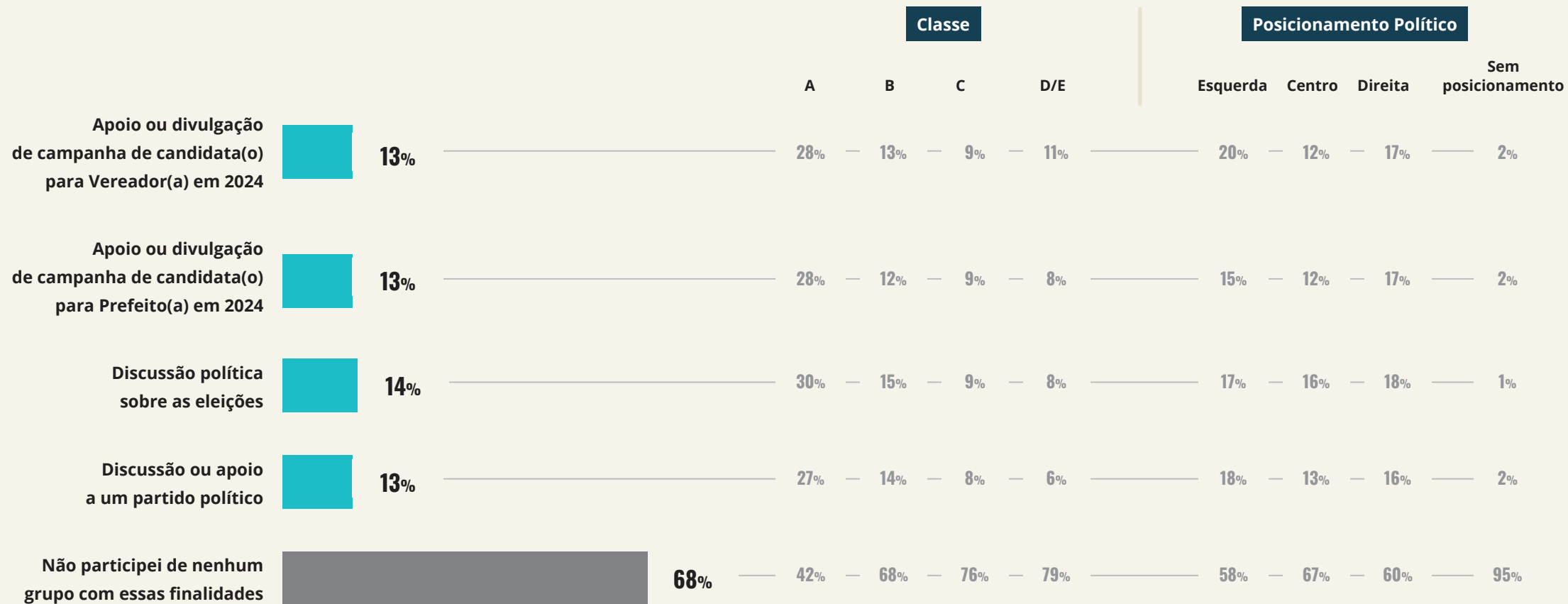
Pessoas que se identificam com a direita ou a esquerda tendem a participar mais de grupos voltados à divulgação de candidaturas para prefeito ou vereador do que aquelas de centro. Naqueles grupos para discussão sobre as eleições e apoio a um partido o comportamento é similar nos diferentes posicionamentos políticos. Ou seja, posicionamento político influencia diretamente a participação em grupos de apoio a candidatos, mas não afeta discussões políticas mais amplas no WhatsApp. Chama atenção que 9 a cada 10 pessoas que não sabem o posicionamento político não participam de grupos com essas finalidades.

## Posicionamento Político



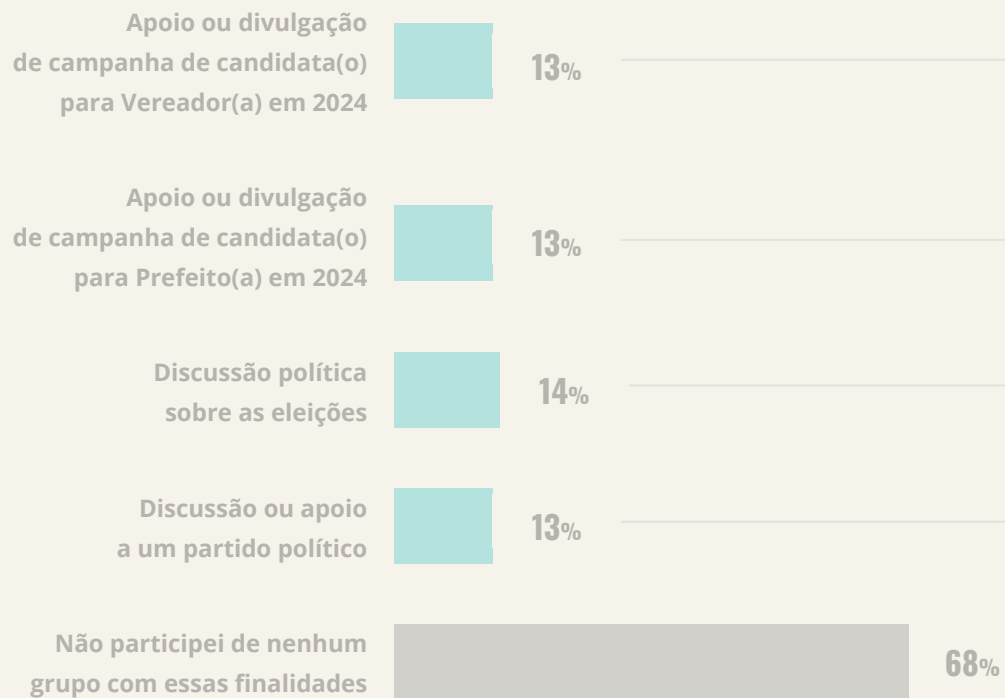
# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÕES

Nos últimos 2 meses, participou de algum grupo no TELEGRAM para:



# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÕES

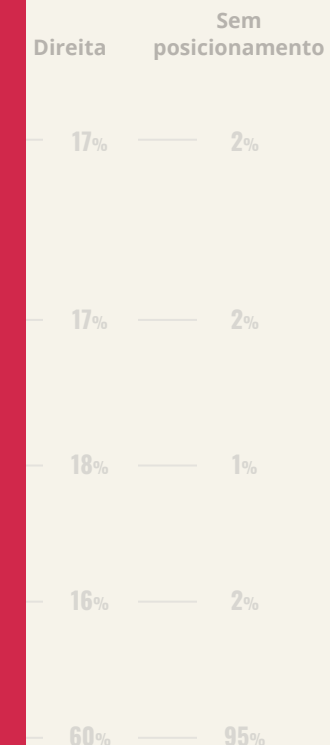
Nos últimos 2 meses, participou de



Assim como nos grupos do **WhatsApp**, pessoas da classe A participam mais de grupos de campanha de candidatos, de partidos políticos e de discussão política no **Telegram**.

De forma geral, pessoas posicionadas à direita e à esquerda tem maior participação em grupos sobre eleições, em especial aqueles para apoio a campanhas de candidatos a vereador.

ento Político



## ORIGENS DOS GRUPOS DE CAMPANHAS

Segundo relatos, as origens desses grupos são variadas: alguns foram criados especificamente para as campanhas dos candidatos, enquanto outros já existiam e tinham como objetivo principal promover ações beneficentes em bairros ou até mesmo tratavam de outras temáticas sem relação com política, mas foram convertidos para o tema eleitoral a partir do aumento da circulação de propaganda política e campanhas eleitorais.

“Um parente meu que criou [grupo] porque todo mundo queria falar um pouco das propostas e eu entrei lá e gostei e até facilitou mais porque eu não acompanhava muito a TV, eu acompanhava mais as redes sociais de cada político e isso ia facilitando mais.”

Mulher, 26 anos, de esquerda, PI

“Durante a época de política, aqui onde moro, tem um grupo do posto de saúde, e mudaram a foto do grupo. No lugar da imagem do posto de saúde, colocaram a foto dos vereadores do bairro.” Homem, 25 anos, sem posicionamento político, BA

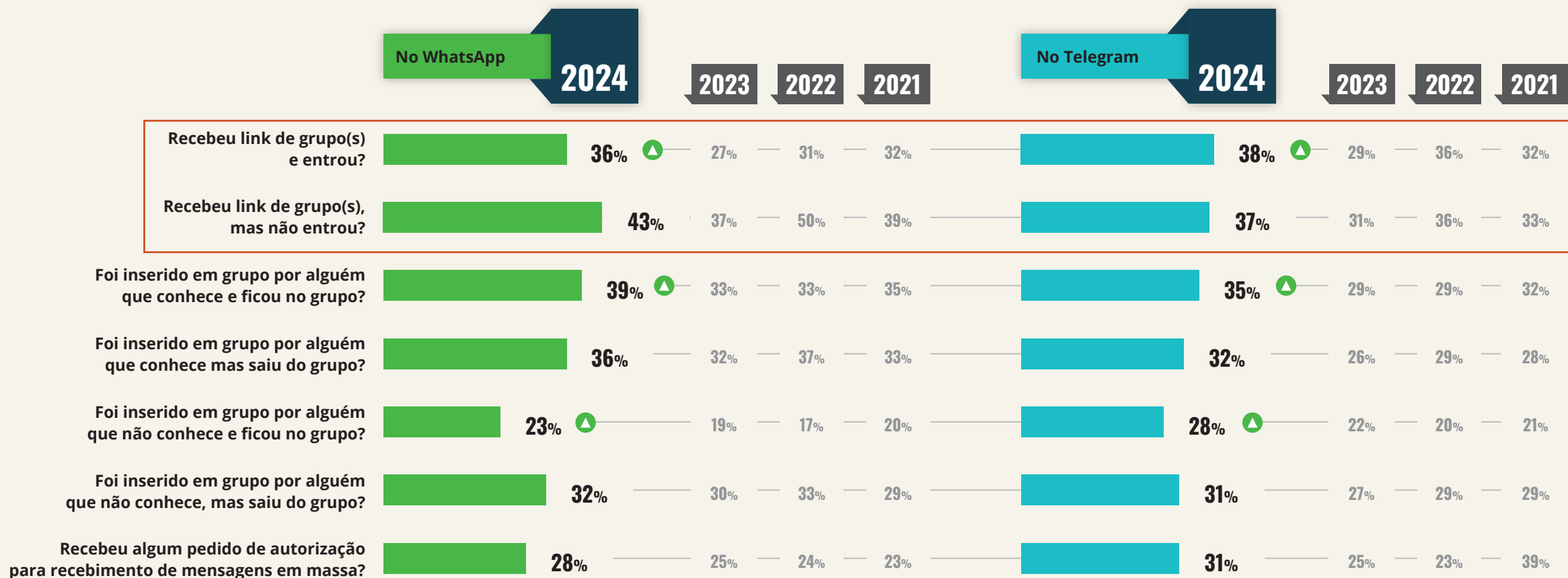
“Não me colocaram em grupo, mas aconteceu uma coisa engraçada, que era um grupo de vendas de casas aqui, que era proibido política, mas aí o administrador se candidatou para vereador e começou a postar a divulgação dele mesmo né. Não podia política mas de repente começou poder só dele.” Mulher, 40 anos, de esquerda, RS

“É porque eles perderam as últimas eleições, então esse grupo é dela [esposa do ex-prefeito], eles ficavam propagando as eleições né, sobre os projetos deles, mas também é um grupo bom porque ajudou o pessoal na arrecadação de roupas e de alimentos quando teve as últimas inundações, então assim fala muito de política, as pessoas brigam até hoje, mas foi um grupo que teve muita ajuda.” Mulher, 30 anos, de centro, RS

“Eu participo de um grupo que era de tributo, tributo à Raul Seixas, Legião [Urbana], enfim... E hoje em dia ele virou um grupo político... Então, o pessoal começou a postar perto da época da campanha, antes do primeiro turno, e aí começaram a compartilhar muita coisa. Ficou aquela coisa, partido A e partido B. Depois, curiosamente, a eleição passou e o grupo continuou sendo sobre política, agora não é mais de tributo, é só de política.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, RN

# GRUPOS QUE TRATARAM DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2024

## Comportamentos passivos



19a. Pensando em grupos de WhatsApp que estão debatendo as eleições municipais de 2024, nos últimos 2 meses, você: Base 2024: 3085 respostas | Base 2023: 3159 respostas | Base 2022: 3098 respostas | Base 2021: 2014 respostas.

19b. Pensando em grupos/canais do Telegram que estão debatendo as eleições municipais de 2024, nos últimos 2 meses, você: Base 2024: 1199 respostas | Base 2023: 1280 respostas | Base 2022: 1471 | Base 2021: 861 respostas.

# INSERÇÃO EM GRUPOS QUE TRATARAM DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2024

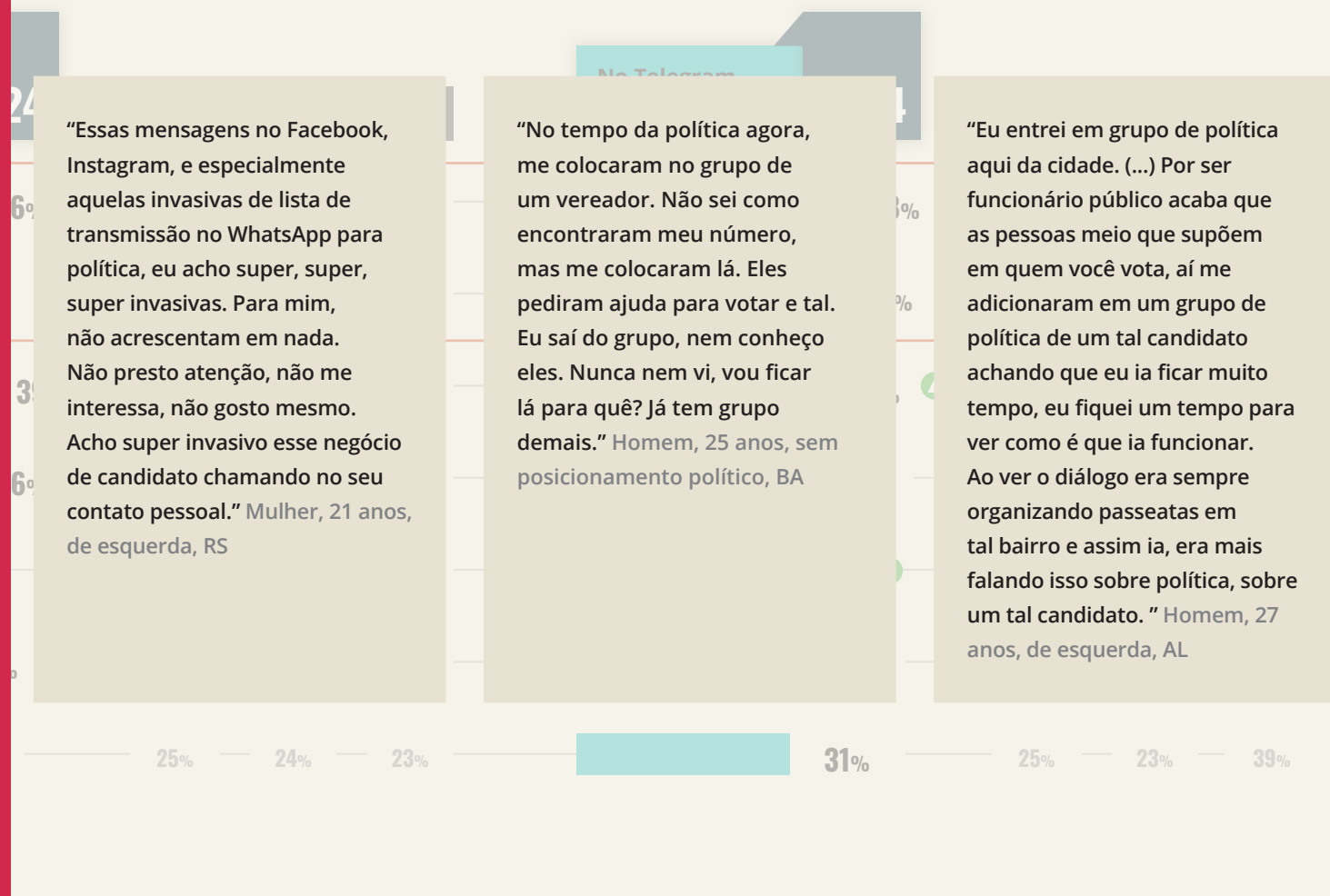
Em 2024, houve um aumento geral no recebimento de links e na inserção em grupos, tanto no **WhatsApp** quanto no **Telegram**. Os relatos apontam que essa prática vem inclusive de candidatos ou de pessoas engajadas em campanhas.

Em anos eleitorais, é comum crescer a tentativa de adicionar pessoas a grupos de discussão política, o que se reflete no maior recebimento de convites em 2022 e 2024. No entanto, em 2024 percebe-se que há um crescimento no número de pessoas que aceitam convites e permanecem nesses grupos, em ambas plataformas. Isso pode se dar por um aprimoramento da estratégia de conteúdo, identificação de públicos mais estratégicos ou por um maior interesse nas campanhas municipais.

Em comparação com o **WhatsApp**, no **Telegram** é maior a chance de ser inserido por alguém desconhecido e permanecer no grupo.

Ser inserido sem consentimento continua sendo uma prática vista como invasiva, ainda que tenha aumentado o recebimento de pedidos de autorização para mensagens em massa. Nesse contexto, como forma de evitar convites indesejados, algumas pessoas configuram seus aplicativos para bloquear convites de contatos que não estão salvos.

## Comportamentos passivos



## NOVAS PRÁTICAS DE CONVITES E INSERÇÃO EM GRUPOS

Inserir pessoas nos grupos de apoio era uma das estratégias das pessoas que trabalharam ou se engajaram nas campanhas, que inclusive relataram ter métricas de desempenho para inserir o maior número possível de pessoas nos grupos de apoio a partir de diversas formas de promoção de participação. Várias foram as motivações para atuar como divulgador de campanha, porém houve relatos de envolvimento a partir de pressões externas como forma de manutenção de vínculos.

“Eu participei também, participei de um grupo onde a gente ia ser remunerado se a gente fizesse a divulgação desse candidato.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

“É como se fosse uma pirâmide. (...) Então, quanto mais embaixo da pirâmide você está, mais pessoas você tem que conquistar para você, talvez chegar até lá mais próximo do topo da pirâmide. Eu entendo a política como isso, na verdade. Quanto mais pessoas você trazer para aquele candidato, mais você será útil.” Mulher, 30 anos, de centro, PA

“Eu participei de um grupo de política este ano, porque no meu setor de trabalho tinha uma pessoa que queriam apoiar. E aí, sendo uma empresa privada, eles meio que incentivaram a participação, colocando a gente nesse grupo para acompanhar as campanhas e os eventos do candidato.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“Ele me deu a proposta, perguntou se eu queria entrar no grupo, ou algum familiar também. Aí eu entrei mais meu marido no grupo do candidato. Foi bem legal.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

“Eles chamam um grupo específico, uma quantidade pouca de pessoas para irem atrás das pessoas que vão entrar no grupo deles que eles já consideram como se fosse voto deles. E aí, essas pessoas que estão no grupo acabam por compartilhar para mais e mais pessoas as informações do candidato.” Mulher, 30 anos, de centro, PA

## GRUPOS DE APOIO OU DIVULGAÇÃO DE CAMPANHAS

Os grupos de divulgação de campanhas ou de apoio a candidaturas foram mencionados diversas vezes durante o processo de escuta. Eles são apontados como espaços para discutir política, conhecer programas de governo e as propostas dos candidatos.

Esses grupos cumprem a função de reunir pessoas interessadas nas eleições e direcionar a campanha para quem estava engajado em eleger ou se aproximar de algum candidato. Em alguns casos são formados grupos com familiares para escolher coletivamente o candidato, seja de prefeito ou de vereador.

A participação nesses grupos é maior entre pessoas posicionadas à direita e pessoas de classe A.

**25%** Entraram em grupo de candidato para demonstrar apoio ou conhecer as propostas

### Posicionamento

#### político

Esquerda  
29%

Centro  
24%

Direita  
34%

Sem posicionamento  
10%

### Classe

A  
42%

B  
24%

C  
23%

D/E  
19%

“Então, focava só naquele candidato, apoiando ele. Até hoje, estou no grupo dele, apesar de ele ter perdido. Mas continuo no grupo do WhatsApp.” Homem, 25 anos, sem posicionamento político, BA

“Também entrei [grupo de vereador] porque é um candidato que faz bastante ações para as crianças do bairro aqui, então eu queria acompanhar de perto a proposta dele, eu votei nele e ele ganhou.” Mulher, 40 anos, de centro, SP

“É importante ter esses grupos assim principalmente nessa parte política, porque política em si é chato, ficar vendo propaganda toda hora, as vezes aparece propaganda de alguém que você não quer ver e tudo mais e os grupos já fica direcionado para quem quer ver aquele candidato, você já vai ver as propostas daquele candidato e é muito melhor você acompanhar por lá porque hoje em dia todo mundo tem essa coisa da tecnologia que é mais fácil, essa política antiga que o povo fazia mutirão na rua com barulho, atrapalhando as outras pessoas isso aí era muito ruim, é muito melhor ter os grupos para você conversar por lá, as pessoas interagir fica muito mais fácil para você específico para a pessoa que quer seguir aquele candidato.” Mulher, 33 anos, de direita, GO

# PARTICIPAÇÃO EM GRUPO COM OBJETIVO PARA ELEGER CANDIDATOS

3 a cada 10 respondentes participou de grupos com a intenção de eleger um candidato. Sendo uma prática mais comum entre pessoas da classe A, pessoas com ensino superior e pessoas posicionadas politicamente à esquerda ou à direita.

Entre aqueles que participaram desses grupos, metade afirma que os grupos permanecem ativos. Algumas pessoas afirmam que essa continuidade serve para manter contato com possíveis eleitores e também como canal para acompanhar as ações de candidatos eleitos.

**27%** Participaram de algum grupo com a intenção de eleger um candidato a vereador ou prefeito

O grupo continua ativo?

Sim: 50%

Não: 50%

## Classe

A  
41%

B  
25%

C  
26%

D/E  
24%

## Posicionamento

político

Esquerda  
35%

Centro  
25%

Direita  
35%

Sem posicionamento  
12%

## Escolaridade

Fundamental  
25%

Médio  
25%

Superior  
31%

“Eu tinha grupo de político, ainda tenho, só que meu candidato não ganhou, aí deu uma diminuída na conversa.” Mulher, 33 anos, de direita, GO

“O que eu estava [o grupo] manteve o mesmo tipo de assunto, falar sobre as campanhas, só deu uma parada agora porque o candidato perdeu, aí parou, mas ele ainda mantém mandando uma coisa ou outra porque eu acho que ele vai tentar se eleger depois.” Mulher, 33 anos, de direita, GO

“O meu candidato ganhou, mas assim no grupo ainda tem essa continuidade, essa proximidade com o pessoal, sempre está postando, conversando.” Homem, 27 anos, de direita, AL

“Aqui a interação continua a mesma, a gente está [no grupo de apoio do candidato], lá tem algumas coisas que ele prometeu para a gente antes de ser eleito e a gente vai cobrar e vamos continuar mesmo por lá.” Mulher, 34 anos, sem posicionamento político, RJ

## COMO FUNCIONARAM OS GRUPOS DE CAMPANHAS

Os grupos de divulgação ou de apoio a candidaturas foram instrumentos importantes para a organização e disseminação das campanhas, pois centralizaram informações sobre as ações, serviam como ponto de difusão de conteúdos do candidato, além de estabelecer e orientar as estratégias para mobilizações e atividades presenciais. Essa conexão dos grupos com as ações presenciais apareceu com mais força do que nos anos anteriores da pesquisa.

Os relatos indicam que os participantes desses grupos estavam engajados nas campanhas e replicavam os conteúdos compartilhados ali. A maioria das menções se refere a grupos no **WhatsApp**, embora também haja relatos de grupos de campanha em outras plataformas, como **Instagram** e **Facebook**.

“Ah sim, aí teve no Instagram eu entrei no grupo do prefeito, ele já tem um projeto bacana e foi reeleito, ele pegou o pessoal que já estava no grupo onde ele fazia as postagens do que ele estava fazendo, onde ele estava trabalhando e imigrou para esse outro grupo no Instagram.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“No caso, esse candidato tinha várias equipes para fazer as passeatas e essas equipes compartilhavam com a gente, por exemplo, pelo WhatsApp onde seriam as passeatas e pediam para a gente compartilhar com as pessoas do nosso convívio como amigos e familiares, também essas passeatas ocorriam na rua ou então tinham as possíveis reuniões, eram várias pessoas para ter essa escuta ao possível candidato.” Mulher, 26 anos, de esquerda, PI

“Então eu entrei mais para estar acompanhando as propostas e tudo, a gente marcava passeata todo mundo junto e por lá ficava bem mais fácil.” Mulher, 33 anos, de direita, GO

“No caso a gente organizava nos grupos do WhatsApp, eu gosto da organização do WhatsApp porque lá eles falavam: ah, tal dia a gente vai estar em tal lugar, já envia a localização, todo mundo já recebe, já clica ali e já chega no local certinho.” Mulher, 31 anos, de centro, GO

“Uma professora estava concorrendo a vereadora e fez um perfil específico para a eleição no Facebook. Ela me adicionou, então o Facebook dela estava todo temático, digamos assim, voltado para a eleição, com as propostas e todas as publicações relacionadas a isso. Eu aceitei, até porque ela já tinha sido minha professora, e ali tive acesso às propostas que ela tinha.” Mulher, 21 anos, de esquerda, RS

# GRUPOS COMO MECANISMO DE ENGAJAMENTO POR MEIO DE REMUNERAÇÃO

Os relatos apontam que, em alguns grupos, foram divulgadas diferentes formas e oportunidades de ganhar dinheiro com política. Havia convites para participar de reuniões ou atos de campanha que, possivelmente, seriam remunerados em dinheiro ou com fornecimento de combustível. Também há relatos de grupos que ofereciam algum tipo de remuneração para ações de divulgação de candidatos, seja nas redes sociais ou presencialmente.

Não foram compartilhados casos de remuneração para inserir ou convidar pessoas para os grupos, ainda que tenham sido registradas publicamente práticas de candidatos estimulando esse tipo de engajamento.\*

“Não no grupo que eu participei, mas em outros grupos que falavam que tinha gasolina, recebia vale gasolina se fosse na reunião do tal candidato. Tem muito essas coisas assim.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“[Nos grupos] Tem, sim, algumas pesquisas. Eu nunca participei. Mas que falam de bairros específicos, eleitores e a idade tal. Eu não sei nem o que eles discutem, mas chama uma galera assim e tem a ver com política. E pagam.” Mulher, 58 anos, de direita, RJ

“Sobre ganhar dinheiro com algo que tivesse envolvido com política, eu sei que nesses grupos de emprego, de vaga e tal, tinha vaga para tipo entregar panfleto, ficar mexendo em bandeira de político, enfim, participar da campanha.” Homem, 28 anos, de direita, RS

“Eu participei também, participei de um grupo onde a gente ia ser remunerado se a gente fizesse a divulgação desse candidato.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

“[No grupo de politica] Era tipo assim, chamava para adesivar carros e a gente sabia que ia ser remunerado, e também para comparecer a tal lugar com a camisa do candidato, não era específico dizer a remuneração mas a gente sabia que ser remunerado, se fosse passeata de moto por exemplo, que ia ser remunerado a gasolina então tipo isso.” Homem, 27 anos, de esquerda, AL

# MATERIAIS DE CAMPANHA NO AMBIENTE ONLINE

3 a cada 10 respondentes afirmam que tiveram mais contato com conteúdos eleitorais virtuais do que com material impresso, percepção similar em todos tipos de município e entre pessoas dos diferentes posicionamentos políticos.

Os relatos apontam que as campanhas eleitorais têm adentrado cada vez mais no ambiente online em comparação com eleições anteriores. A percepção é de que houve uma priorização das campanhas no formato digital, buscando ampliar o alcance dos conteúdos produzidos. As formas tradicionais de campanha não só permanecem ativas, como foram apropriadas e aperfeiçoadas para ambiente virtual.

**35%** Afirmam que receberam mais material de campanha de forma virtual (santinho online) do que em papel

## Posicionamento

### político

Esquerda  
44%

Centro  
40%

Direita  
41%

Sem posicionamento  
17%

## Escolaridade

Fundamental  
29%

Médio  
34%

Superior  
42%

## Município

Capital  
37%

Região  
Metropolitana  
35%

Interior  
34%

“Eu acho que as mídias sociais auxiliaram muito nas eleições, antigamente você via o pessoal entregando santinho, bandeirada, toda esquina, aqui na minha cidade não foi assim foi bem pouco que eu presenciei, mas abria as minha redes sociais estava lá ligado a política, alguma coisa ligada a eleição, é uma arma que o pessoal usa a favor.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

“Percebi que essa nova geração de candidatos já estava mais ligada nas mídias sociais. Embora ainda tivesse material nas ruas, que antes era o mais forte aqui, esse ano foi mais forte nas mídias online.” Mulher, 21 anos, de esquerda, RS

“(…) Há quatro anos atrás eu não via tanta mobilização com internet como eu vi agora na internet, tanto que no portal da transparência, eu estava vendo os candidatos e com o que eles estavam usando o dinheiro e todos eles estavam investindo em marketing de rede social, todos eles contrataram, então acho que a força das redes sociais esse ano fazendo jingle ali, fazendo campanha teve muito mais força.” Mulher, 29 anos, de direita, RS

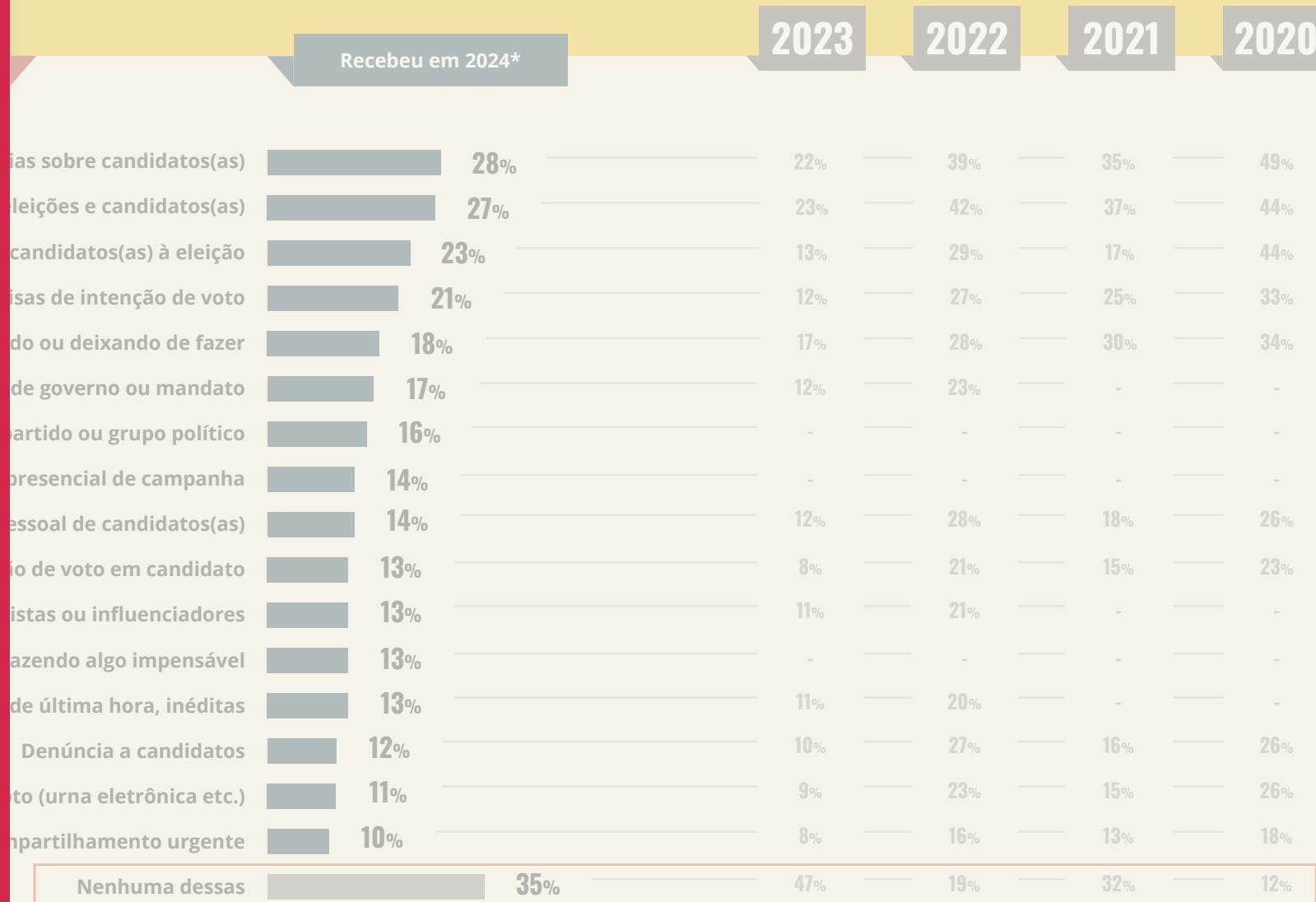
# MENSAGENS RECEBIDAS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024



\*Em 2020 e 2023 as perguntas tratavam do contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. P 21a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 | Base 2023: 3183 respostas. P 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas. P 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém durante o período eleitoral municipal de 2020? Base 2020: 3113 respostas.

Como esperado, comparado com o ano anterior, em 2024, houve um aumento no recebimento de mensagens sobre as eleições.

Por outro lado, ao observar anos eleitorais (2024, 2022 e 2020) nota-se uma trajetória de queda no recebimento de todos os tipos de conteúdo sobre eleições, especialmente se comparado com 2020, outro ano de disputa nos municípios.



\* As perguntas tratavam do contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. P 21a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 | Base 2023: 3183 respostas. P 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas. P 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém durante o período eleitoral municipal de 2020? Base 2020: 3113 respostas.

# MENSAGENS RECEBIDAS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024

## Campanhas de candidatos

“Para mim chegou mais dos apoiadores de determinados candidatos. Nunca era do candidato em questão. Era sempre de alguém que trabalhava... ‘Você já tem candidato a vereador? **Olha, o meu amigo, o meu parente é candidato a vereador**, ele vai fazer isso, isso e isso.” Mulher, 30 anos, de centro, PA

## Memes de candidatos

“Eu lembro também que nesse período o candidato a prefeito daqui investiu muito no marketing, mas de uma outra forma, de uma outra pegada, **já fazendo meme com ele próprio**. E aí foi bem estratégico assim, da parte dele, sabe?” Homem, 23 anos, sem posicionamento político, BA

## Ataque a candidatos

“No grupo de politica aparece muito isso que **aquele candidato fez tal coisa no passado**, não vota nele, blá blá blá.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, RN

## Robôs e inteligência artificial

“Eu recebi, e pior que assim, eu recebi de políticos que eu conhecia, de uma vereadora que ela foi eleita aqui no Rio, (...) ela mandou uma enxurrada de mensagens dela, aquelas **mensagens encaminhadas de robô**, aí eu fui lá e bloqueei.” Mulher, 32 anos, de esquerda, RJ

“Ligação automática né, que dava para perceber que era **Inteligência Artificial**, perguntando em quem a gente ia votar, uma dessas pesquisas eu até respondi.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

“Não sei se vocês viram isso. É tipo um desenho animado que o Marçal vai num mercado com o Ratinho. Aí tem o Lula e tem o Datena e eles começam a brigar lá. **Aí isso foi feito em inteligência artificial e era zueira, sabe.**” Homem, 51 anos, de esquerda, SP

# MENSAGENS COMPARTILHADAS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024



\* Em 2020 e 2023 as perguntas tratavam do contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. P 21b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas. P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas. P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU no período eleitoral de 2020? Base 2020: 3113 respostas.

## SOBRE

2023

2022

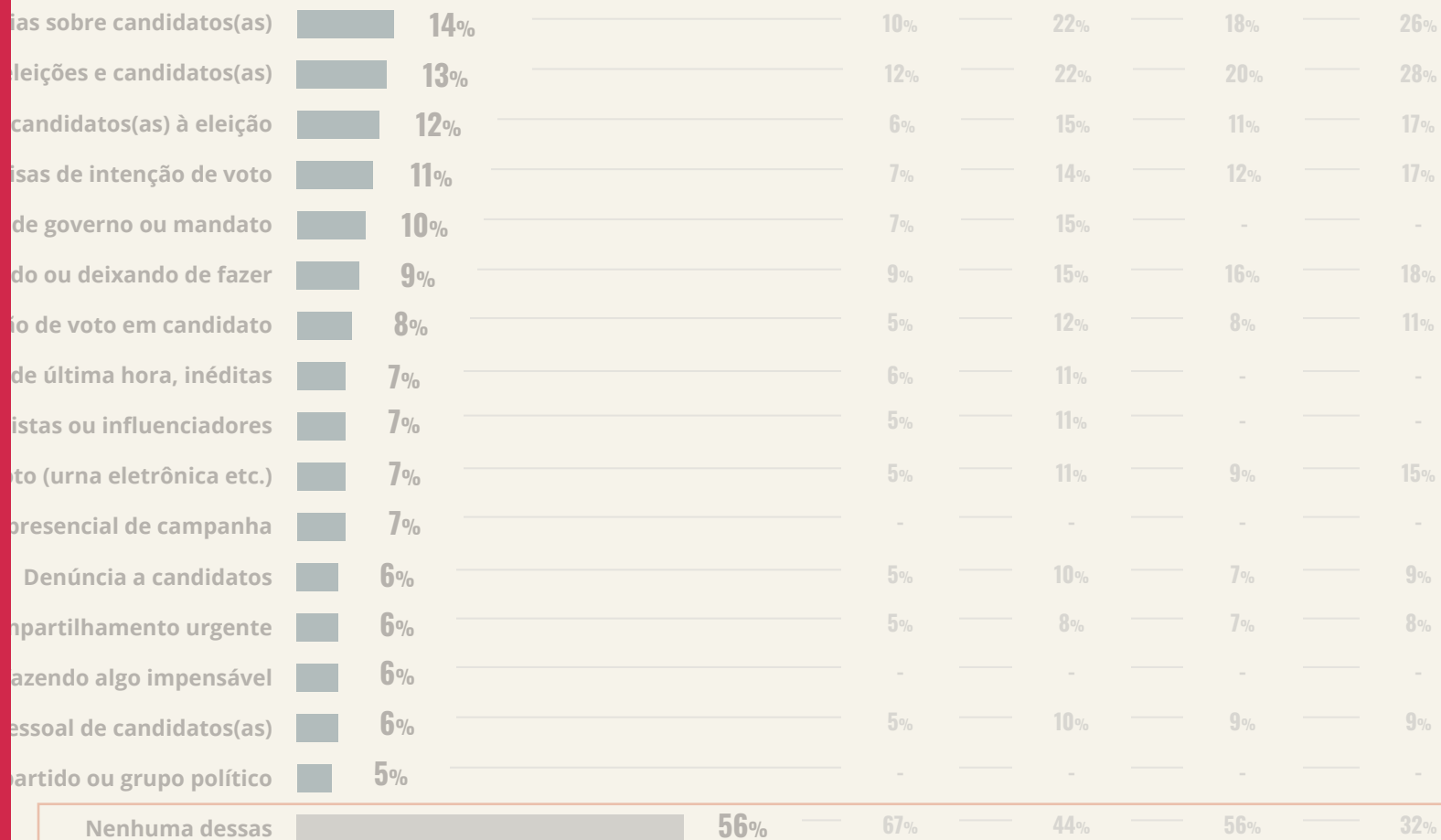
2021

2020

Compartilhou em 2024\*

Entre as mensagens mais compartilhadas sobre e a eleição destacam-se memes, noticiais e campanhas de candidatos.

Olhando apenas para anos eleitorais (2020, 2022, 2024), observa-se uma tendência de queda no compartilhamento de mensagens sobre eleições.



Em 2020 e 2023 as perguntas tratavam do contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. P 21b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas. P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas. P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU no período eleitoral de 2020? Base 2020: 3113 respostas.

# MENSAGENS COMPARTILHADAS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024

O compartilhamento de conteúdos sobre as eleições, sobretudo de material de campanha, foi realizado sobretudo por entusiastas de candidatos ou por trabalhadores remunerados. Segundo relatos, havia tanto um compartilhamento organizado por meio de coordenadores de campanha que se comunicavam em grupos, quanto de forma orgânica, sem a presença de uma rede por trás.

“Eu postava todo dia, nos grupos de WhatsApp, Instagram. Meu Deus, era toda hora. Se eu postasse 10 vezes a imagem de caixa d’água, eu postava do vereador também. Postava logo em tudo. Se era para divulgar, vou divulgar em tudo. E ele estava no Instagram e no WhatsApp, observando se você divulgava ou não.” Homem, 25 anos, sem posicionamento político, BA

“Depois que eles postavam no grupo, eu pegava e postava também. Não tinha por que não postar, não. Estava apoiando ele, postava mesmo. Ele me ajudou também, sabe, aí eu ajudei ele.” Homem, 25 anos, sem posicionamento político, BA

“Tinham vídeos de campanha, sabe? Pra você compartilhar os seus status, essas coisas assim. (...) E aí, pelo visto, tinham mais de um grupo (...) e, no caso, não tinha interação. Era um grupo fechado para mensagens, e os ADMs que faziam postagens para as outras pessoas que estavam no grupo compartilharem nas suas redes sociais.” Homem, 27 anos, de direita, RJ

“Chegou dessa forma, por terceiros, pessoas que, vamos dizer assim, querendo me convencer a votar naquela pessoa. Aí compartilhando (...) no WhatsApp, no privado. As pessoas chamam “ó, tudo bem, você já tem candidato, conhece fulano?” Mulher, 36 anos, de esquerda, PE

# TIPOS DE MENSAGENS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024



\*Em 2020 e 2023 as perguntas tratavam do contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. | \*\*Taxa de repasse é calculada pela divisão de quem compartilhou sobre quem recebeu cada tipo de mensagem.

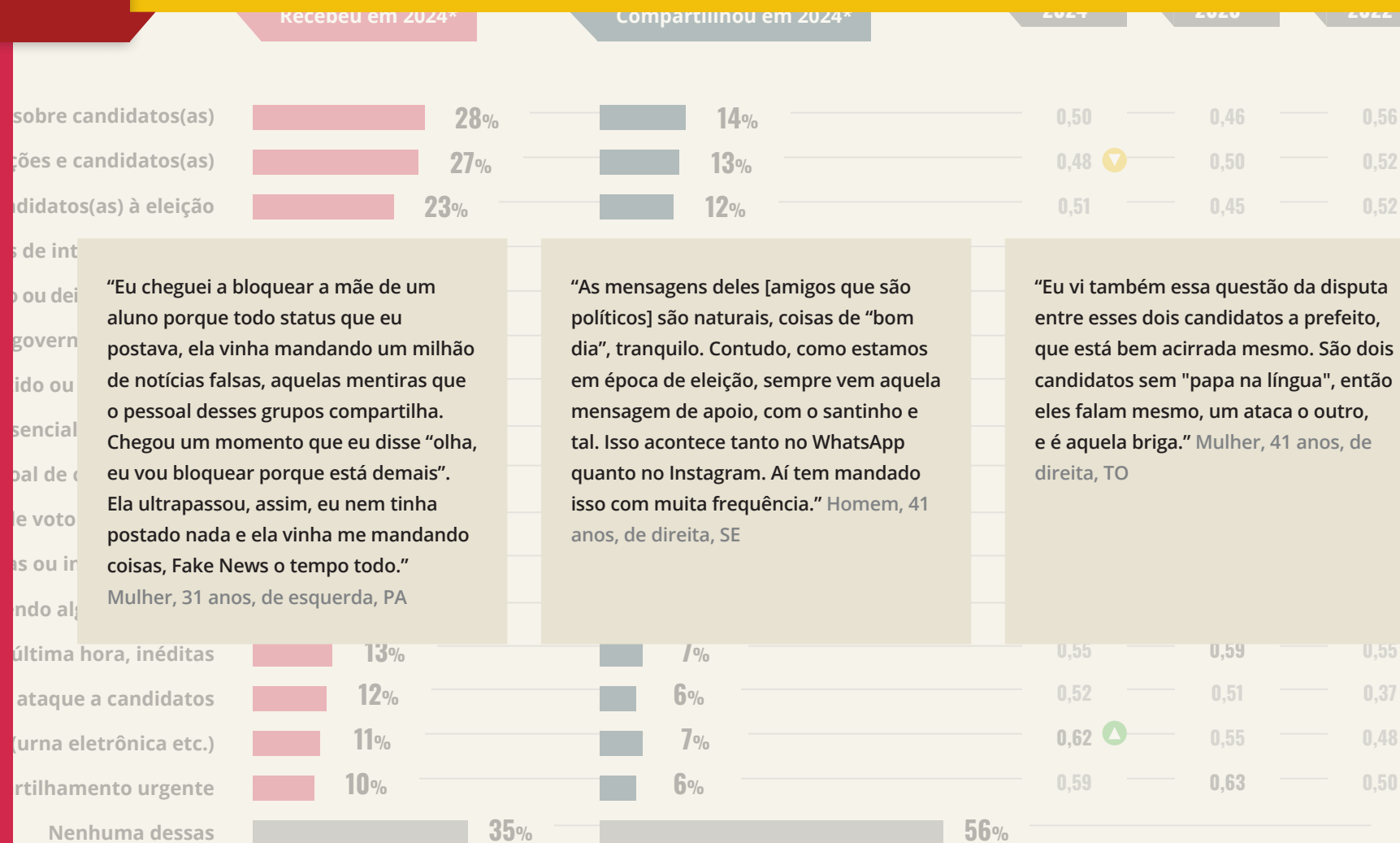
📍 21a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição municipal de 2024? 📍 21b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas.

📍 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém sobre a eleição presidencial de 2022? 📍 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 respostas 📍 17a. Quais desses tipos de mensagens você RECEBEU de alguém durante o período eleitoral municipal de 2020? 📍 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU no período eleitoral de 2020? | Base 2020: 3113 respostas

# TIPOS DE MENSAGENS SOBRE A ELEIÇÃO MUNICIPAL DE 2024

Observa-se que, ao longo dos anos, os temas com maior engajamento variam: em 2022, foram as propostas de governo e as declarações de voto em candidatos; em 2023, ano não eleitoral, destacaram-se as mensagens que solicitavam compartilhamento urgente e as chamadas “notícias reveladoras”; já em 2024, foram os que abordavam processo eleitoral e declaração de voto em candidatos.

Vale notar que a taxa de repasse de mensagens sobre processo eleitoral ou de voto, tem aumentado consistentemente ao longo dos anos.



o contexto de eleições municipais e em 2021 e 2022, sobre as eleições presidenciais. | \*\*Taxa de repasse é calculada pela divisão de quem compartilhou sobre quem recebeu cada tipo de mensagem. alguém sobre a eleição municipal de 2024? P 21b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição municipal de 2024? Base 2024: 3113 respostas | Base 2023: 3183 respostas. EU de alguém sobre a eleição presidencial de 2022? P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU sobre a eleição presidencial de 2022? Base 2022: 3121 respostas | Base 2021: 2018 as você RECEBEU de alguém durante o período eleitoral municipal de 2020? P 17b. E quais desses tipos de mensagens você COMPARTILHOU no período eleitoral de 2020? | Base 2020: 3113 respostas

# RECEBIMENTO DE CONTEÚDOS A PARTIR DE OUTRAS PLATAFORMAS

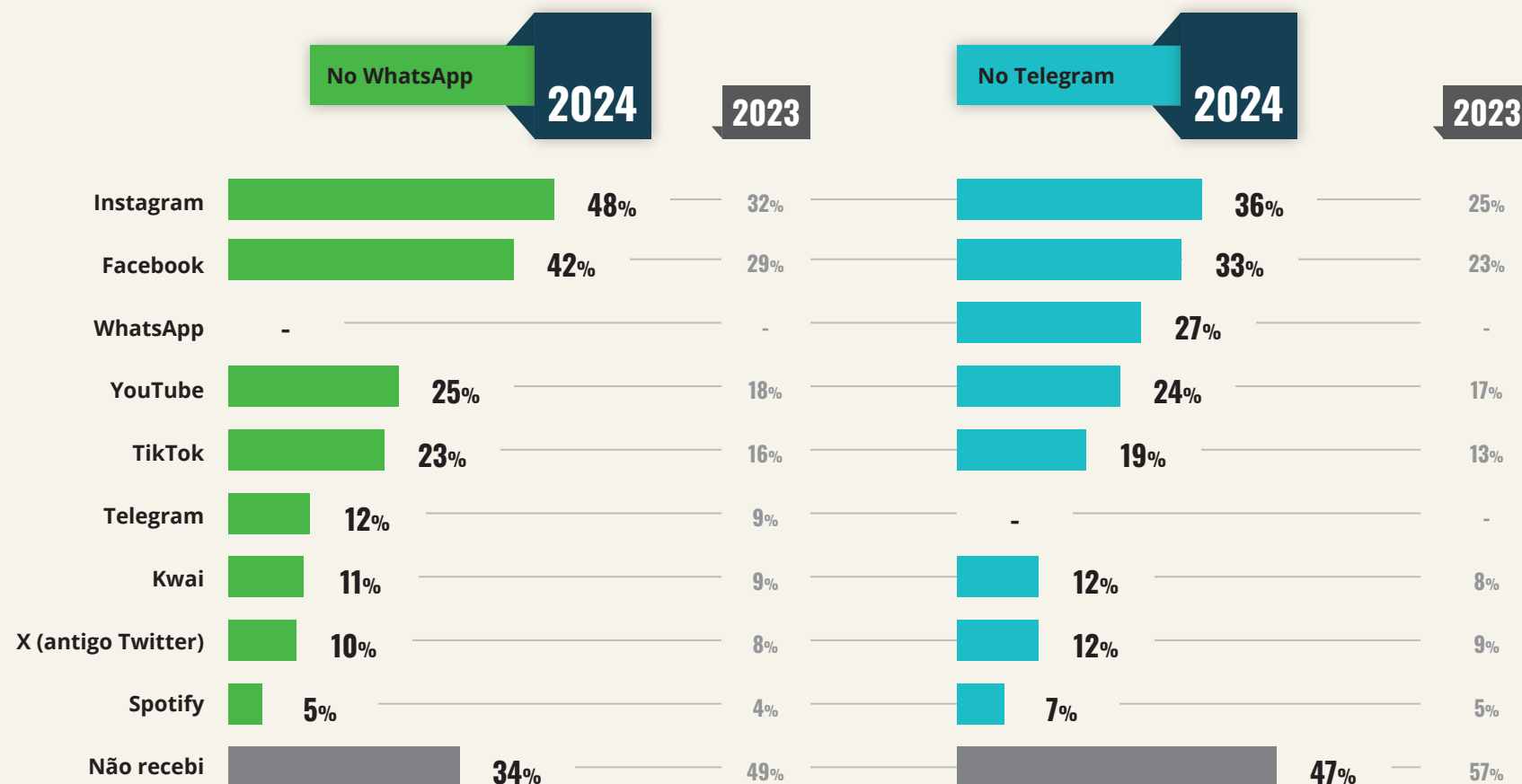
Em 2024 houve um aumento de circulação de conteúdos eleitorais a partir de outras plataformas.

Instagram e do Facebook ainda são os mais compartilhados tanto no WhatsApp quanto no Telegram.

Em um segundo patamar de relevância estão as plataformas de vídeos, Youtube e TikTok, possivelmente por conta da praticidade de envio e do formato de vídeo.

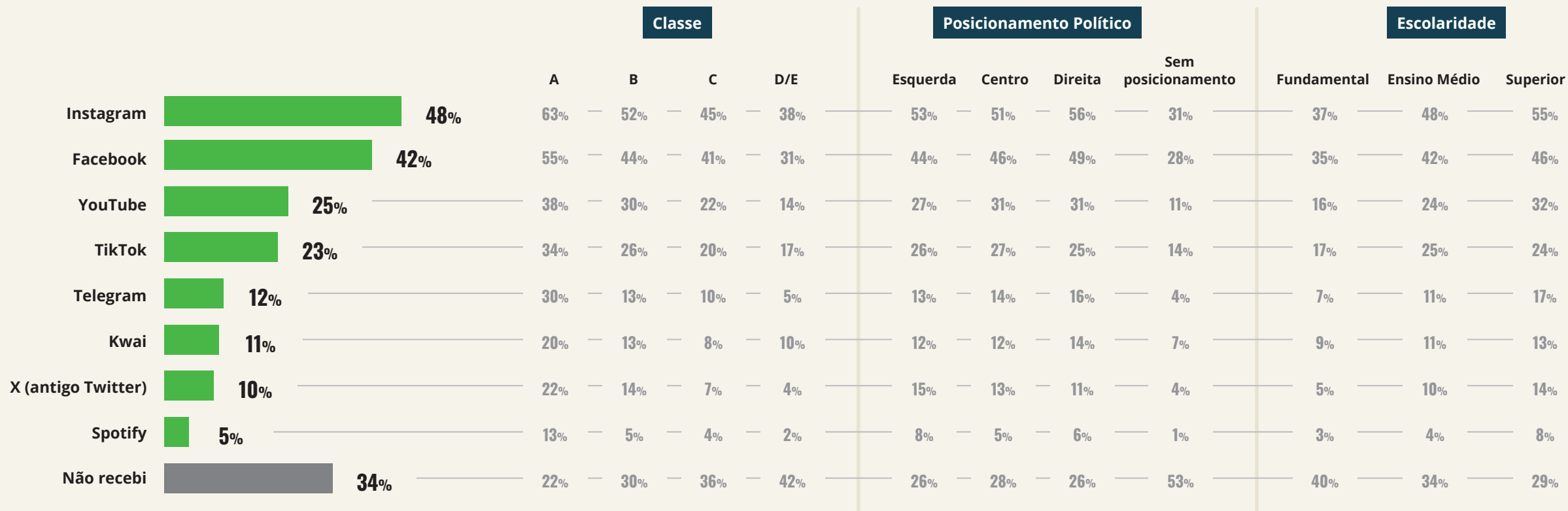
“Recebi sim, acho que era do TikTok ou Kwai, a respeito de política também, nesse grupo [do WhatsApp] de política que faço parte. Era sobre dinheiro, alguém desmentindo uma Fake News.”

Mulher, 50 anos, de esquerda, SP



# RECEBIMENTO DE CONTEÚDOS A PARTIR DE OUTRAS PLATAFORMAS

No WHATSAPP



## PRIORIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NAS CAMPANHAS

As percepções indicam que houve uma mudança nas campanhas eleitorais, ampliando e tornando mais estratégica a presença no ambiente digital, há inclusive quem relate uma redução de atos presenciais. A participação nas ações de campanhas se dá por diversas formas: por meio de compartilhamentos e comentários; candidatos fazendo lives para divulgar suas propostas; os grupos nos aplicativos de mensagens e redes sociais como ferramenta de organização de eventos de campanhas; entre outras.

“Eu não posso estar lá [no ato presencial], mas eu tô acompanhando pela rede social, eu tô dando meu apoio, entendeu? Eu vou lá, comento, eu compartilho. Então, muitas vezes eu não estou na caminhada, mas eu compartilho a caminhada que foi realizada. Então, assim, tinha caminhada que eu não ia, mas que era compartilhada nos grupos, e a gente compartilhava no grupo da família, no nosso status, no nosso Instagram.”  
Mulher, 35 anos, sem posicionamento político, RJ

“Nas redes sociais que eu acompanhava teve sim, foi diminuindo a movimentação das ruas, de panfleto e aumentou nas redes sociais que eu verifiquei e pessoas compartilhando, ajudando compartilhando o perfil e as propostas dos candidatos e tanto eles também fazendo live, compartilhando as mensagens das propostas deles.” Mulher, 26 anos, de direita, GO

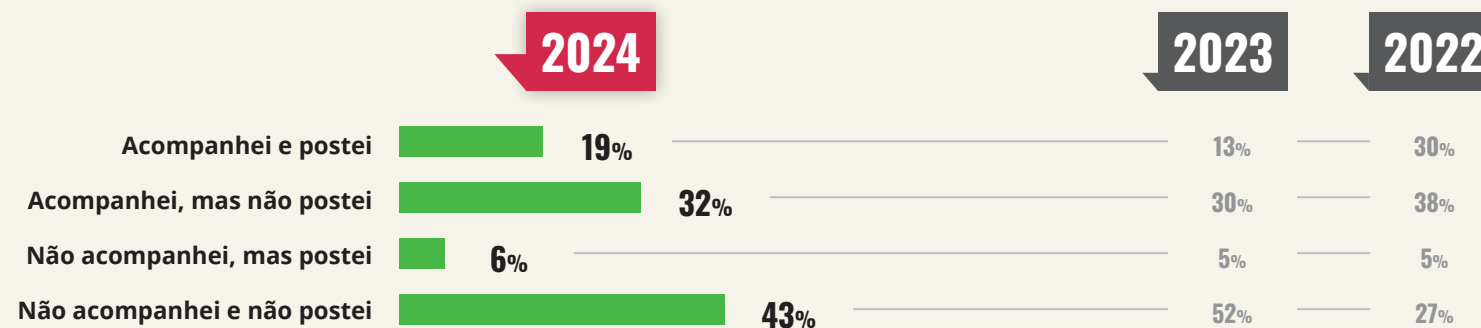
“E acho que de quatro anos atrás para hoje deu uma mudada legal porque não é só o presencial, mas eu acho que deu uma desmistificada com relação ao marketing dos candidatos. Que não precisa mais ser só aquele candidato enxuto, que está com aquela gravatinha só, 100% perfeito, entendeu? Eu acho que eles focaram mais em trazer o viral, o que está viralizando nas redes para atrair tanto os eleitores quanto também atrair o foco para eles.” Mulher, 30 anos, de centro, PA

“Um número muito grande de candidatos que ao invés de fazer a sua campanha corpo a corpo, usaram as redes sociais para criar live, mostram seus projetos que eles tinham para o município ou cidades através de lives.” Homem, 40 anos, de direita, SP

# ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHA:

## Status como divulgação e apoio

Conteúdos de política nos status do WHATSAPP, nos últimos 2 meses:



# ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHA:

## Status como divulgação e apoio

O status do **WhatsApp**, ainda que com uso quantitativamente menor do que em 2022, foi utilizado de maneira bastante estratégica nas eleições. Há uma percepção consolidada sobre a eficiência desse recurso, já que é amplamente utilizado, os conteúdos compartilhados têm amplo alcance entre os contatos, além de ser visto como uma forma de se manifestar sem ser invasivo ou causar incômodo.

O tempo que as postagens ficam visíveis (24 horas) é eficiente para manter a mensagem em evidência e garantir uma divulgação eficaz do candidato por meio da repetição da informação ao longo dos dias. Aqueles que participavam das campanhas usavam esse recurso como forma de divulgar candidaturas sem recorrer a mensagens diretas.

“Então, eu não participo de nenhum grupo específico de política, mas em todos os grupos, nos status, todo mundo posta alguma coisa, né? Não tem jeito de escapar.” Mulher, 58 anos, de direita, GO

“Eu gostava de postar nos status porque como dura 24 horas, (...) eu sei que o pessoal está curioso ali para saber da minha vida e aí eu vou lá e posto a fotinha do candidato, o número dele, é tipo assim, eu não vou ficar mandando mensagem direta, é só uma mensagem ali subliminar.” Mulher, 31 anos, de centro, GO

Acompanhei e postei

19%

13%

30%

Acc  
Nã  
Nã

“Eu sempre compartilhei, nos status do zap principalmente, não ia ficar mandando para todo mundo para não perturbar, não ficar enchendo o saco, mas colocava todos os dias no status do WhatsApp, como todo mundo gosta de ver, compartilhei muito, no Instagram também.” Mulher, 34 anos, sem posicionamento político, RJ

“Aqui rolou um link também para você colocar quais são os dez candidatos a vereadores que você quer ver eleitos, (...) você entrava no link colocar o nome do seu candidato e isso ia pro status, rolou isso também, falando em link, esse ano teve muita novidade, foi muito investido em redes sociais as campanhas.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

3%

# ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHA:

## Foto de perfil

2 a cada 10 respondentes sinalizou apoio ao candidato por meio da troca da sua foto de perfil, indicando a relevância de manifestação sobretudo para pessoas posicionadas a esquerda ou direita.

Os aplicativos de mensagens e redes sociais tiveram papel central na manifestação política durante o período eleitoral, com diversos relatos de postagens com fotos de candidatos usadas como estratégia de campanha, incentivou-se que eleitores alterassem suas fotos de perfil ou publicassem imagens com os candidatos, usando plataformas de edição criadas para isso viabilizadas pelas campanhas. Há uma percepção que esse movimento gerou alto volume de postagens.

**18%** Trocou a foto de perfil para demonstrar apoio ao candidato

### Posicionamento

#### político

Esquerda  
23%

Centro  
18%

Direita  
23%

Sem posicionamento  
7%

### Escolaridade

Fundamental  
19%

Médio  
15%

Superior  
22%

“Acho que dessa vez os candidatos arrumaram alguém para fazer a propaganda deles, mostrar os conteúdos deles porque foi muito, você abria o Instagram ou o status, só dava foto de candidato principalmente na semana que antecedeu a eleição.” Mulher, 47 anos, sem posicionamento político, MG

“Eu recebi um link que era para montar a minha foto junto com a foto do candidato e uma frase, aí eu postei no meu status e deixei na minha foto de perfil também.” Mulher, 60 anos, de direita, GO

“Status, stories, figurinhas. Tem mulher com unha pintada da cor do candidato, camiseta, postando junto com foto do candidato e tudo.” Homem, 41 anos, de direita, SE

# ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHA:

## Chamada de áudio

Outra estratégia de campanha é o recebimento de ligações e chamada de áudios com pedidos de voto, com material de campanha e ataque a candidatos.

3 a cada 10 respondentes receberam chamada de áudio de campanha eleitoral, sendo que homens relatam um recebimento levemente maior desse tipo de material.

**29%** Recebeu chamada de áudio de campanha

### Município

Capital	32%
Região Metropolitana	29%
Interior	26%

### Escolaridade

Fundamental	28%
Médio	27%
Superior	32%

### Gênero

Homens	32%
Mulheres	25%

“Me ligaram afirmando que a outra candidata, a que eu não ia votar, informando assim: ‘você sabia que [candidata] roubou’, e eu fiquei assim impressionado. Nem procurei saber porque eu já não ia votar nela né, mas eu fiquei caramba, como que o pessoal usa esse meio para informar uma coisa assim tão ousada.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

“A gente recebeu aqui no Espírito Santo aparece aqui aqueles número, a gente recebe quinhentas mil ligações por dia, número trinta lá e tal, mas aí apareceu ligação também de candidato pedindo voto, falando dos projetos.” Homem, 38 anos, de centro, ES

“Eu também recebi uma enxurrada de ligações, tanto eu quanto meu marido, minha família toda recebeu ligações, e, às vezes, até repetindo o mesmo assunto, ligava novamente.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

# ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHA:

## Pesquisa eleitorais

De acordo com os grupos de discussão, foi constante o recebimento de ligações para participar de pesquisas eleitorais. Os relatos sobre a frequência dessas ligações apontam para algo incomum em relação a outros anos eleitorais, já que eram diárias e feitas a partir de números não identificados como telemarketing. Outra forma de mensurar intenção de voto foram as enquetes realizadas em redes sociais ou grupos. A impressão das pessoas é que, neste período, houve uma ampliação de investimento dos candidatos na produção de pesquisas ou que esta é uma nova estratégia para influenciar voto.

“Sim, eu recebi uma ligação uma pessoa perguntando em quem eu ia votar para vereador, em quem eu ia votar para prefeito.” Mulher, 38 anos, de direita, AM

“Eu recebi ligações de pesquisa, “qual prefeito você votaria, qual candidato, aperte um, dois”, então foi bem telemarketing esse que eu tive.” Mulher, 32 anos, de esquerda, RJ

“No meu celular eu tive que colocar uma bina porque todos os dias eles me ligavam de mensagem automática falando assim: para quem você vai votar para prefeito? Digite um para fulano de tal, digite dois, eu não estava aguentando mais.” Mulher, 31 anos, de centro, GO

“Eu acho que a diferença está sendo a questão de ligação. De ligação fazendo pesquisa conosco. Coisa que nunca teve, não que eu me lembre, enfim, em outras eleições. A questão da ligação para perguntar em quem pretendemos votar chega bem diferente.” Mulher, 26 anos, de centro, GO

“Eu vi enquete na internet o tempo todo, perguntando em quem iriam votar o que achava, o que não achava, o que gostava ou o que não gostava, se ia votar nulo, branco ou se iam votar em alguém, cada membro cada hora fazia sua própria enquete.” Mulher, 30 anos, de centro, RS

“Inclusive eu achei interessante porque era um número local, então era ligação que dava para atender, eu até falei será que é alguma coisa, um familiar meu, um amigo me ligando, aí quando atendia era essa pesquisa.” Homem, 30 anos, de esquerda, MS

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

# CONTEÚDOS GERADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Cerca de 3 a cada 10 respondentes acreditam ter recebido conteúdos gerados por Inteligência Artificial, de diferentes tipos e em diferentes formatos, principalmente santinhos virtuais e jingles de candidatos.

Além de materiais de campanha, foram recebidos vídeos editados por IA com tons humorísticos ou de meme. Além disso, os participantes afirmam ter recebido conteúdos que consideram gerados por Inteligência Artificial, mas que podem não ser, como legenda do Instagram, ligações de robôs, entre outros.

Por outro lado, pode ser que hajam conteúdos gerados por Inteligência Artificial que não foram identificados pelos usuários.

**25%\*** Receberam vídeos ou imagens sobre política que com certeza foram gerados por Inteligência Artificial

Classe	Município	Posicionamento
A 42%	Capital 29%	<b>político</b>
B 24%	Região Metropolitana 23%	Esquerda 34%
C 23%	Interior 22%	Centro 23%
D/E 20%		Direita 28%
		Sem posicionamento 16%

“Com relação a Inteligência Artificial, não foi uma não, eu recebi várias ligações que a gente percebia que não era uma pessoa falando, era um robô perguntando em que ia votar, eu recebi diversas ligações sobre isso aí.” Homem, 40 anos, e esquerda, GO

“(…) Legenda de Instagram, imagem de santinho, jingle de campanha foi uma das coisas que eu mais vi com Inteligência Artificial.” Mulher, 29 anos, de direita, RS

“Nossa, tu fala de inteligência artificial? Cara, vídeo do Bolsonaro dançando com o Lula, só isso. Mas é óbvio que, tipo, é mentira, nada que parece a verdade.” Homem, 22 anos, de direita, RS

“A única coisa que eu vi foi daquela cena da cadeirada no Pablo Marçal e o pessoal usando IA para mudar o que eles estavam falando, dessa forma, fazer meme.” Mulher, 21 anos, sem posicionamento político, PR

# CONTEÚDOS GERADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ainda que parte dos respondentes reconheça ter recebido conteúdos gerados por Inteligência Artificial, uma parcela ainda maior admite não saber identificar esse tipo de conteúdo, especialmente pessoas da classe A e quem se posiciona politicamente à direita ou esquerda. É interessante destacar que a escolaridade não influencia nessa percepção.

A qualidade de edição da IA e a falta de entendimento sobre o ambiente digital são alguns dos fatores apontados pelas pessoas como barreiras para a diferenciação entre os materiais originais e manipulados. Ainda assim, esse mecanismo não é perfeito e alguns detalhes, falhas e incongruências permitem que algumas pessoas identifiquem esse tipo de material.

**30%\*** Acredita já ter recebido conteúdos sobre eleições sem saber que foram gerados por Inteligência Artificial

Classe	Escolaridade	Posicionamento
A 42%	Fundamental 28%	<b>político</b>
B 30%	Médio 29%	Esquerda 37%
C 30%	Superior 32%	Centro 30%
D/E 23%		Direita 35%
		Sem posicionamento 19%

“É difícil distinguir o que é feito, às vezes, pela inteligência artificial e o que é por uma pessoa real. Não que eu não tenha recebido alguma coisa, mas eu não percebi algo feito por inteligência artificial, porque eu acho que fica um negócio tão bem feito que é complicado para nós identificar isso.” Homem, 47 anos, de direita, SP

“Para falar a verdade, eu não sei nem diferenciar.”  
Mulher, 29 anos, sem posicionamento político, GO

“Você pode olhar a boca, o jeito que fala e identifica, mas um tempo atrás a gente não tinha isso e eu vi também a inteligência artificial fazendo música passando por artistas famosos lançando em plataforma sem ser o artista.” Mulher, 46 anos, de direita, PR

“Uma voz vai ser falha, uma característica vai ter falha para não ser idêntico ao que é real, então tem que prestar atenção, uma pessoa desatenta vai cair, mas uma pessoa com atenção vai tentar identificar o que é real e o que não é.” Mulher, 30 anos, de centro, RS

# RISCOS APONTADOS POR CONTEÚDOS GERADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A dificuldade de diferenciar conteúdos gerados por IA, assim como a intencionalidade daqueles que utilizam esse recurso são aspectos que, na percepção das pessoas escutadas, podem resultar no aumento da circulação de informações e notícias falsas, inclusive sobre política.

Ainda que as pessoas visualizem um potencial negativo no uso, que está se iniciando e pode crescer ainda mais, também há uma visão de potencial positivo para a Inteligência Artificial, como a geração de renda e outras possibilidades.

O alerta que esse cenário gera é que a percepção sobre o risco se sobreponha à prática de investigação, checagem e curadoria, contaminando o ambiente digital com o pânico generalizado de notícias falsas.

“Surgiu ainda essa inteligência artificial, que é uma coisa que, há um tempo atrás, era um absurdo, é como se colocassem eu aqui falando para vocês, e não sou eu. Então, são coisas que antes eram inimagináveis. São coisas assim muito, muito loucas mesmo, porque hoje é possível. Então, não tem como a gente simplesmente confiar e acreditar em tudo.” Mulher, 41 anos, de direita, TO

“Aí tu começa a perceber, porque parece que a voz está sempre com muito Autotune, é voz de gente famosa, é sempre um ritmo muito genérico, então tu conseguia ouvir e ver totalmente a diferença dos jingles feitos por inteligência artificial e dos jingles cantados por pessoas mesmo, dava muito na cara.” Mulher, 29 anos, de direita, RS

“A galera está criando renda até com isso, entendeu, usando essa ferramenta para benefício próprio. Então eu acho legal essa ferramenta a inteligência artificial e ao mesmo tempo perigosa, está ligada a rede, então é uma coisa perigosa.” Homem, 28 anos, de direita, RN

“Do mesmo jeito que a inteligência artificial pode ser usada para o bem, ela pode ser usada para o mal, para destruir também.” Mulher, 46 anos, de direita, PR

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados desta quinta edição da pesquisa reforçam um aprendizado já mapeado nas edições anteriores: a população em geral faz um uso consciente dos aplicativos de mensagens, escolhendo as plataformas a partir de interesses temáticos ou objetivos de interação.

- O **WhatsApp** continua sendo a plataforma predominante, com presença ampla e uso diversificado, e suas funcionalidades mais recentes, como status, comunidades, canais e inteligência artificial, têm sido incorporadas ao cotidiano de usuários de forma cada vez mais profunda.
- O **Telegram** segue consolidado como plataforma de acesso a conteúdos específicos e interação com pessoas com interesses em comum. Apesar da tendência de queda no número de usuários, o aumento no uso diário indica possível fidelização dos que permanecem na plataforma.

Observa-se uma redução na participação em grupos nas plataformas em geral, indicando que a saturação das interações virtuais vista ao longo dos anos está levando as pessoas a diminuir sua participação no ambiente virtual, evidenciada pela redução da média de grupos dos quais participam ao longo da série histórica.

As pessoas permanecem cautelosas ao se comunicar por aplicativos, falando pouco ou nada de política para evitar conflitos. Em anos anteriores, esse comportamento era percebido principalmente como derivado da saturação e que tinha como desdobramento a saída de grupos e a quebra de alguns laços, principalmente familiares. Nesta edição, aparece uma tendência de retomada desses laços sendo que a curadoria do que se compartilha cresceu como estratégia para manter a qualidade da interação.

Em 2024, comparado a outros anos eleitorais, há uma redução na circulação de conteúdos e nas discussões sobre política nos grupos de **WhatsApp**, refletindo um comportamento mais contido ou desgastado, bem como de maior segmentação dos espaços de compartilhamento de mensagens políticas. No entanto, algumas pessoas continuam acompanhando conteúdos políticos por interesse pessoal ou por reconhecerem sua relevância social, buscando grupos específicos para se informar, debater notícias ou até participar de campanhas eleitorais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2024, a organização de campanhas eleitorais por meio de grupos no **WhatsApp** teve forte incidência em diferentes regiões do país, indicando um amadurecimento na organização política digital.

- Esses grupos funcionaram como ferramentas estratégicas, por meio do uso sistemático dos aplicativos de mensagens para mobilização e engajamento em ações online e presenciais, para disseminação de conteúdos de candidatos, com um aumento dos relatos de pessoas comuns atuando na inserção de participantes em grupos de apoio a candidaturas.
- O mecanismo de destaque nas campanhas e discussões políticas foi o Status do **WhatsApp**. A ferramenta, de alta incidência no cotidiano das pessoas, foi utilizada de maneira bastante estratégica durante as eleições pois alcança um grande número de contatos e é percebida como uma forma de manifestação que não é invasiva nem causa incômodo.

A interação com conteúdos produzidos por Inteligência Artificial representa um desafio relevante a ser monitorado ao longo das próximas edições, uma vez que as pessoas se dividem entre aquelas que afirmam, em algum grau, ser capazes de identificar esses materiais e aquelas que não. Observa-se, por um lado, uma perspectiva positiva quanto ao uso dessa ferramenta, mas, por outro, há incertezas relacionadas à sua utilização na propagação de

desinformação e notícias falsas, com potenciais impactos no tecido social e na esfera pública. Isso evidencia a complexidade envolvida em lidar com uma tecnologia em constante desenvolvimento, cujos desdobramentos são percebidos como incertos.

Ao comparar brancos e negros, não se percebem diferenças que apontem para comportamentos distintos no uso dos aplicativos a partir do recorte racial.

Mulheres se sentem menos à vontade para falar de política nas plataformas digitais, adotando uma postura mais cautelosa. Participam menos de grupos que discutem política, têm mais receio de expressar opiniões devido ao ambiente agressivo, se políam mais nas falas e se sentem menos confortáveis para conversar sobre política com seus contatos. Em contraste, os homens tendem a ser mais ativos e confiantes para participar desses espaços, sentem-se mais à vontade para expressar opiniões e evitam menos o compartilhamento de mensagens que possam ofender alguém.

## COMO CITAR ESTE RELATÓRIO:

INTERNETLAB; REDE CONHECIMENTO SOCIAL.  
Os Vetores da Comunicação política em aplicativos de mensagens: hábitos e percepções.  
Edição 5 - 2024/2025, São Paulo, 2025.

## ORGANIZADORES:

Associação InternetLab de Pesquisa  
em Direito e Tecnologia  
[www.internetlab.org.br](http://www.internetlab.org.br)

Rede Conhecimento Social  
[conhecimentosocial.org](http://conhecimentosocial.org)

## AUTORES:



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

## INTERNETLAB

Heloisa Massaro  
Ester Borges  
Stephanie Lima  
Isabelle Fernanda dos Santos  
Isabella Ferrarese  
Luisa Brito  
Larissa Costa

## CONSELHO DA PESQUISA:

João Guilherme B. Santos  
Laila Belix  
Leticia Cesarino  
Leonardo Nascimento  
Nina Santos

## PROJETO GRÁFICO:

Joana Resek

## APOIADOR:

### WHATSAPP LLC

Nota: esta pesquisa foi realizada de forma independente pelo InternetLab e pela Rede Conhecimento Social, com suporte financeiro dos apoiadores indicados. Seguindo a política de financiamento do InternetLab e de acordo com disposição contratual, os apoiadores não tiveram nenhuma ingerência sobre o desenho da pesquisa, a coleta e análise dos dados, e a organização dos resultados.



**ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB UMA LICENÇA  
CREATIVE COMMONS CC  
BY-SA 4.0 INTERNACIONAL.**

Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas da obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores e às autoras corretamente, e que utilizem a mesma licença.

Ver texto da licença em:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>