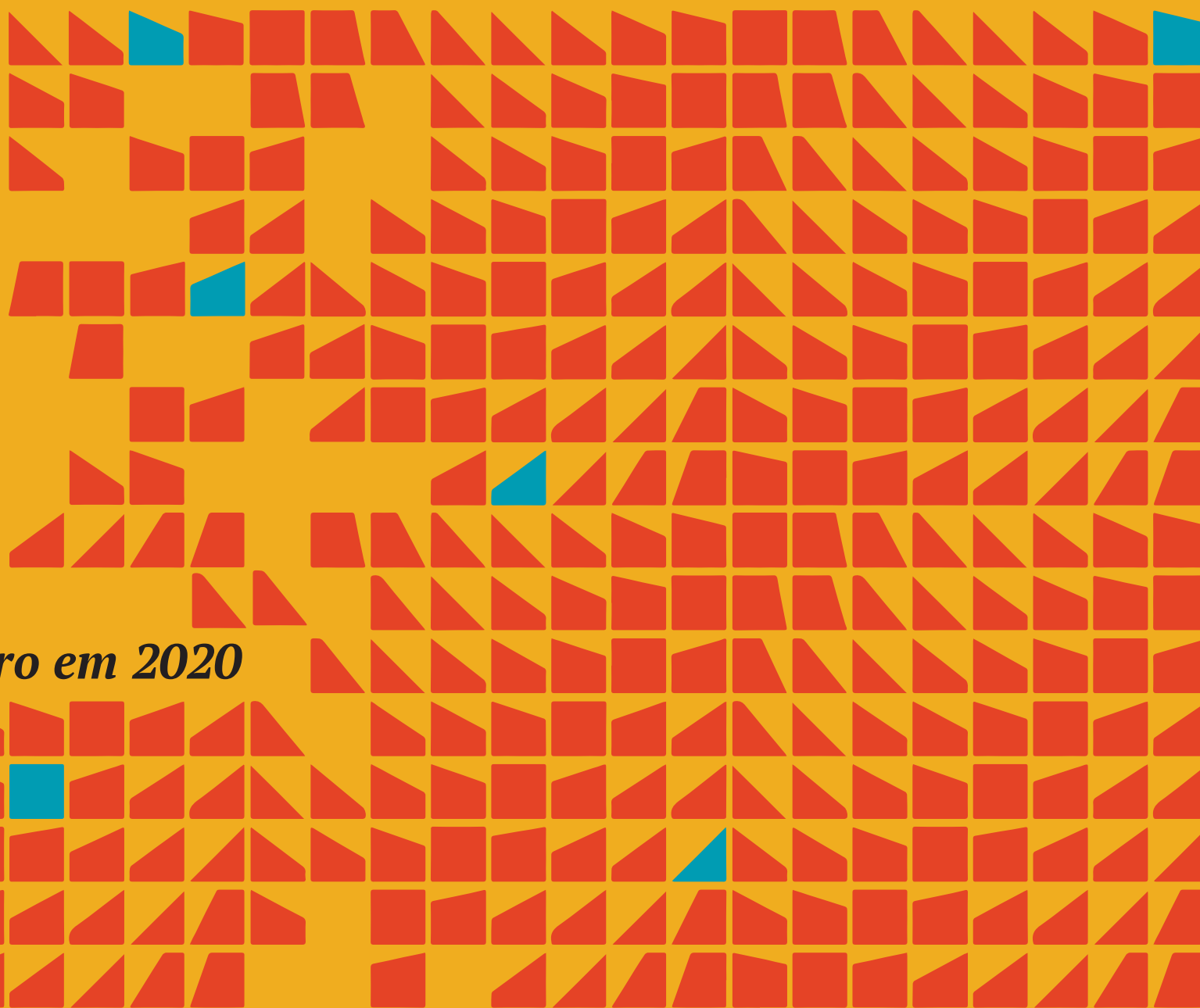


# OS VETORES DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA EM APLICATIVOS DE MENSAGENS

*hábitos e percepções do brasileiro em 2020*

**INTERNETLAB**  
pesquisa em direito e tecnologia



# ROTEIRO

## **03** SUMÁRIO EXECUTIVO

## **05** DESENHO DA PESQUISA

**06**  
Metodologia

**07**  
Perfil da amostra da pesquisa quantitativa

## **09** RESULTADOS

**10**  
Aplicativos de mensagens e seus usos

**19**  
Comunicação sobre política nos aplicativos

**29**  
Eleições de 2020 nos aplicativos de mensagem

# SUMÁRIO EXECUTIVO

## DESENHO DA PESQUISA

### METODOLOGIA

pesquisa multi-método.

*Grupos de discussão online (Qualitativa):* levantar hábitos e percepções sobre usos do WhatsApp diante de temas políticos.

*Survey amostral com representatividade nacional junto a painel online (Quantitativa):* identificar quais variáveis sociodemográficas influenciam no recebimento e disseminação de informações políticas.

### OBJETIVO

identificar os vetores de disseminação de conteúdo político no WhatsApp para fornecer fundamentos sólidos que possam contribuir com o desenho de políticas públicas e privadas.

Identificar os fatores (contextuais ou arquitetônicos/tecnológicos) que desencadeiam o compartilhamento de mensagens entre os usuários e que podem criar dinâmicas de broadcast em redes de comunicação privada.

Identificar as percepções que cada indivíduo tem sobre seu papel na disseminação de informação política em aplicativos de mensagem

Identificar como esses fatores e percepções se alteram entre diferentes grupos sociodemográficos.

# SUMÁRIO EXECUTIVO

## RESULTADOS

O uso do WhatsApp é predominante, mas outros aplicativos de mensagem emergentes vem sendo utilizados pelos usuários para propósitos específicos.

Há uma diversidade de tipos de grupos e cada um deles tem seu próprio *ethos*, com práticas de moderação autônomas. Essas dinâmicas diversas de cada grupo moldam a disseminação de conteúdo.

As eleições de 2018 marcam um ponto de virada nos hábitos e percepções dos usuários.

Não há diferenças significativas nos comportamentos e percepções entre os usuários que se identificam como de direita e de esquerda, exceto pelo hábito de verificação de notícias que apresenta uma diferença de 15 pontos percentuais entre os grupos.

O conteúdo político circula nos aplicativos de mensagens a partir de redes de comunicação complexas e emaranhadas. Nestas redes, diferentes nós (como grupos ou usuários) exercem um papel fundamental na disseminação de conteúdo, fazendo com que sua circulação dependa de como ele interage com as regras informais de cada grupo e com os comportamentos e percepções individuais de cada usuário. Há evidências de comportamentos abusivos, mas por conta dessas dinâmicas de rede eles não parecem ser capazes de realizarem a distribuição em massa de conteúdo político de maneira sustentada e exclusiva.

*\* os objetivos, a metodologia e os resultados aqui apresentados são parte de uma das frentes de investigação da pesquisa "Investigando os vetores de disseminação de conteúdo eleitoral no WhatsApp: um estudo de caso brasileiro". A pesquisa completa conta com outras duas frentes de investigação que ainda estão em andamento.*

# DESENHO DA PESQUISA



# MÉTODOS

## QUANTITATIVA SURVEY AMOSTRAL

### COLETA DE DADOS:

Painel de respondentes online

### PÚBLICO:

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

### DATA DE REALIZAÇÃO:

7 a 16.dez.2020

### AMOSTRA:

3113 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.

## QUALITATIVA GRUPOS DE DISCUSSÃO

### COLETA DE DADOS:

Discussão em plataforma online

### PÚBLICO:

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

### DATA DE REALIZAÇÃO:

11.nov a 14.dez.2020

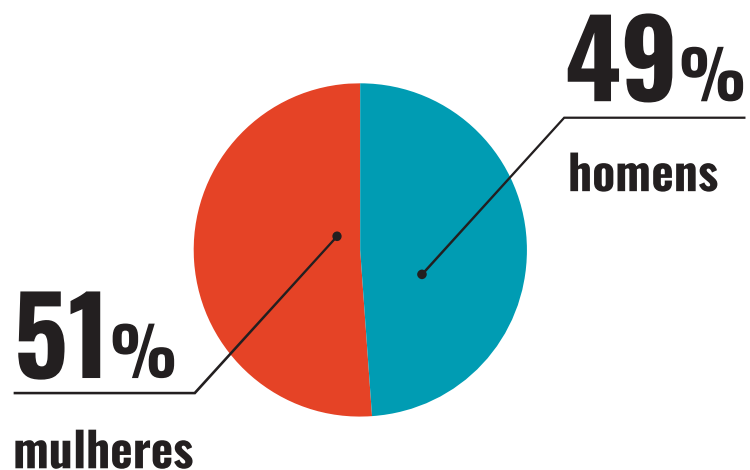
### AMOSTRA:

grupos com 7 a 8 pessoas, sendo:

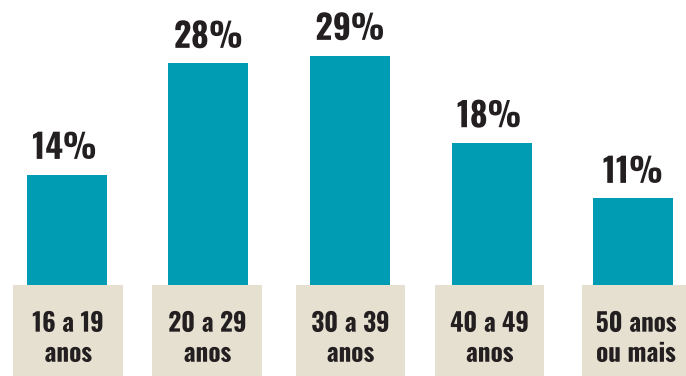
	Abaixo de 40 anos	Acima de 40 anos	Idade mistas
Capitais	1 grupo	1 grupo	
Regiões metropolitanas	1 grupo	1 grupo	1 grupo
Interiores	1 grupo	1 grupo	
Total de grupos focais		7 grupos	

# PERFIL DA AMOSTRA DA PESQUISA QUANTITATIVA

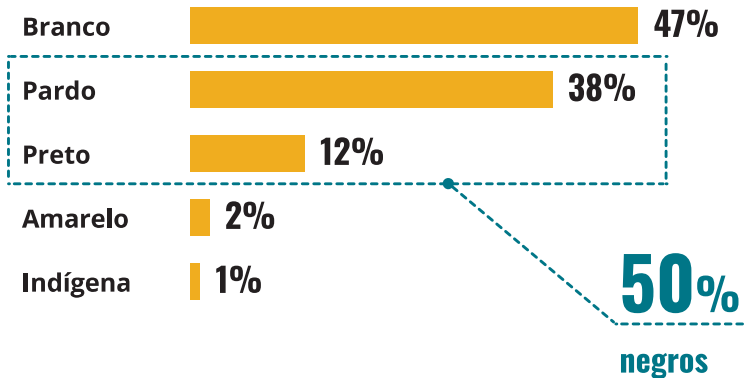
## GÊNERO



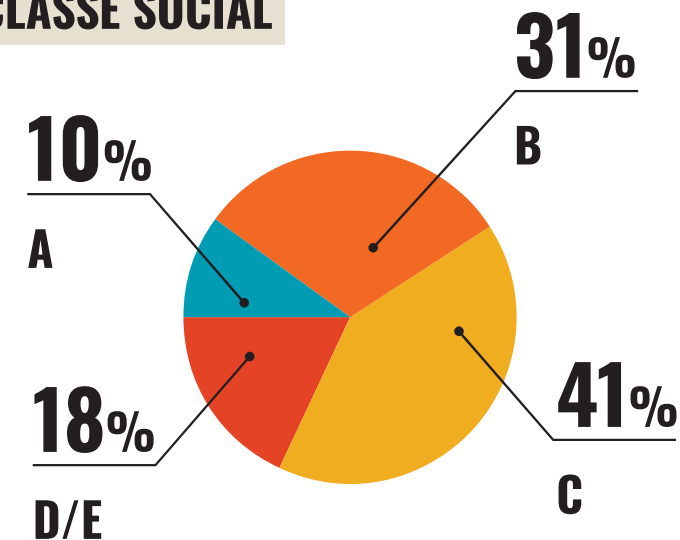
## IDADE



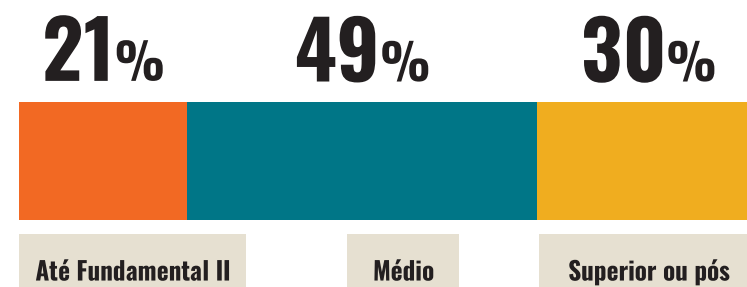
## RAÇA/COR



## CLASSE SOCIAL



## ESCOLARIDADE

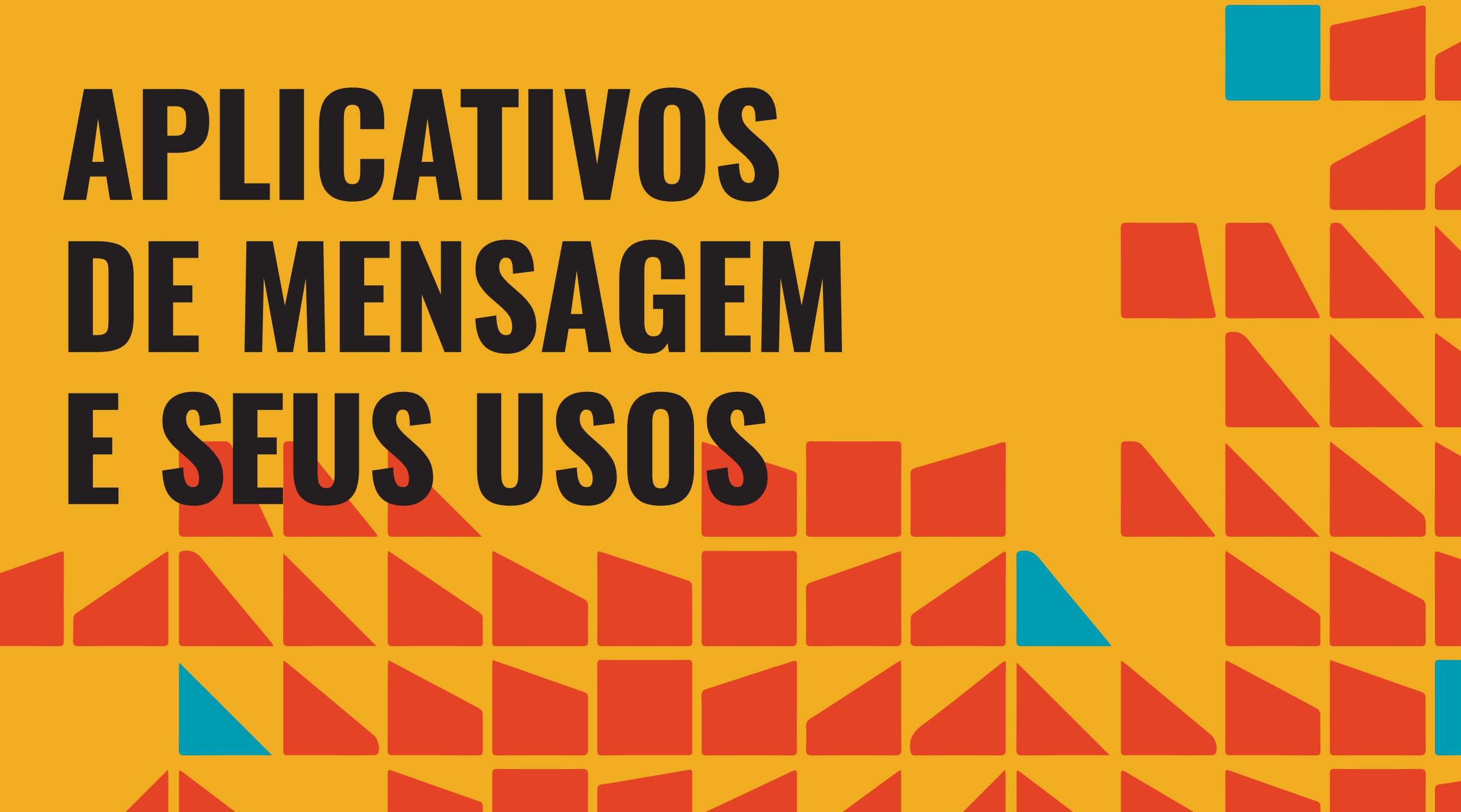


# RESULTADOS





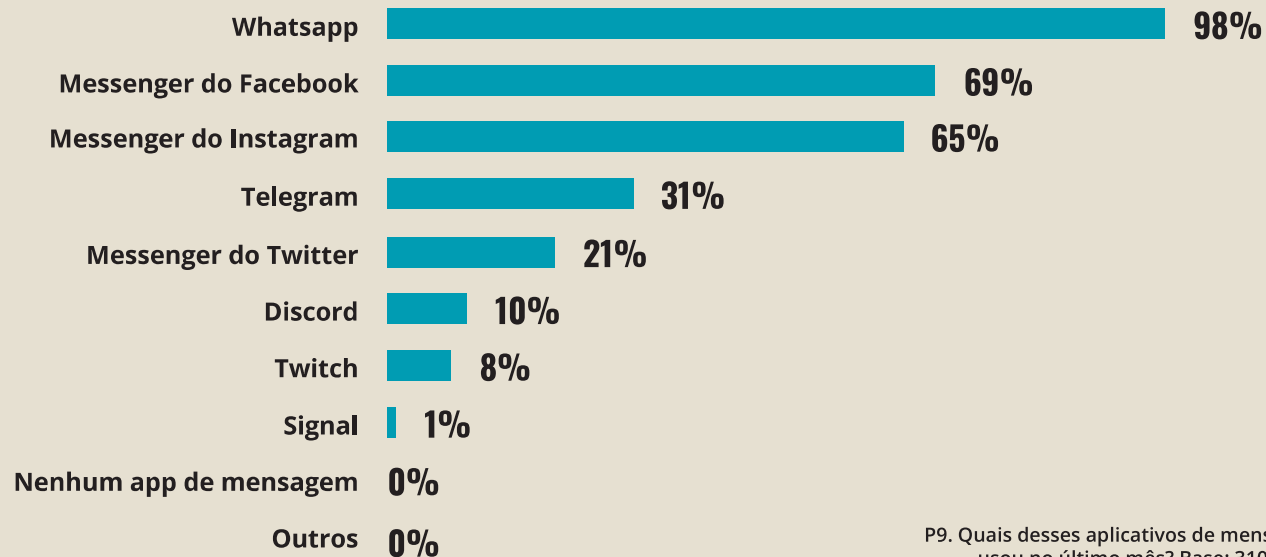
# APLICATIVOS DE MENSAGEM E SEUS USOS



# APLICATIVOS DE MENSAGENS UTILIZADOS

WhatsApp é uma unanimidade e continua sendo o aplicativo de mensagens mais utilizado em todos os perfis, principalmente para manter conversas com quem já se tem contato. Outros aplicativos são escolhidos de forma consciente e para diferentes usos: os *messengers* das várias redes sociais são para localizar quem não está nos contatos telefônicos. O Telegram, mesmo antes da migração em janeiro de 2021, já era visto como ambiente seguro e de informação, com uma clara influência política para esse movimento, desde a eleição presidencial de 2018.

Em média respondentes utilizam 3 aplicativos



P9. Quais desses aplicativos de mensagens você usou no último mês? Base: 3109 respostas

Mulher | -40 | capital | Nordeste

“Por exemplo, eu preciso manter um contato e eu não tenho o número do telefone daquela pessoa, então o segundo local que eu vou buscar é no Facebook Messenger.”

Mulher | 40+ | capital | Sudeste

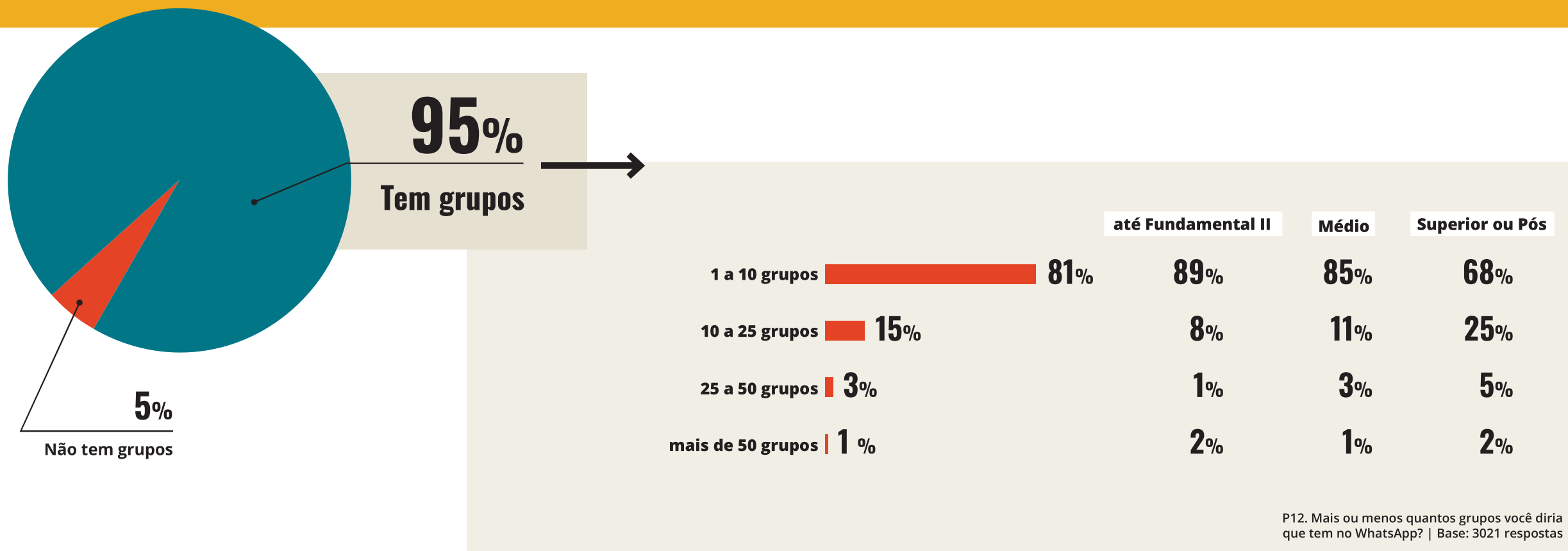
“O Telegram eu entrei por insistência de amigas, porque tem muita gente migrando pra lá e eu acabei fazendo também, mas prefiro WhatsApp. Foi durante a campanha presidencial que tinha vazado informações do WhatsApp e ficaram com medo, mas acabou que muita gente acabou não utilizando e ficou mesmo no WhatsApp.”

Homem | 40+ | interior | Norte

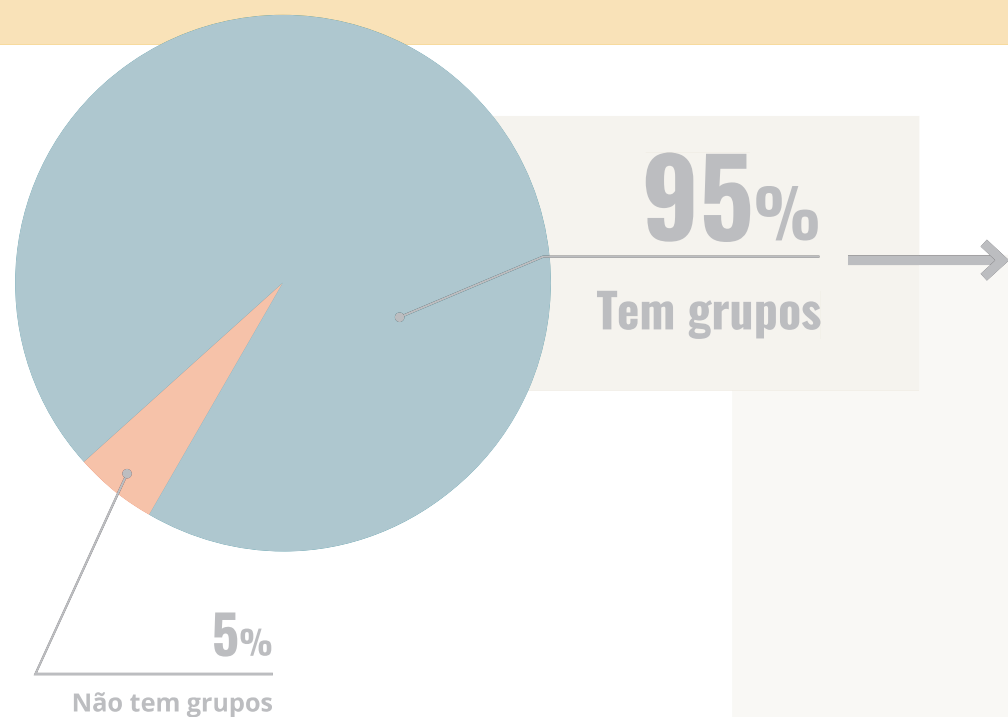
“Uma associação da qual eu faço parte começou a agregar muitas pessoas e a limitação no grupo do WhatsApp. Aí alguém sugeriu o Telegram, mas a minha comunicação lá é mais restrito a esse grupo mesmo.”

# NÚMERO DE GRUPOS QUE PARTICIPA NO WHATSAPP

São poucos aqueles que declaram não ter nenhum grupo no WhatsApp e quanto maior a escolaridade maior o número de grupos que participa. Ninguém tem na ponta da língua a quantidade de grupos de que participa, mas todos têm um critério próprio para avaliar se estão em muitos ou poucos. Mas, independente da quantidade, parece haver uma tendência de selecionar mais os grupos em que se participa.



# NÚMERO DE GRUPOS QUE PARTICIPA NO WHATSAPP



**Homem | -40 | região metropolitana | Sudeste**

*“Eu participo apenas de 4 grupos. Um da família, um de amigos da época que servi o exército, um que tem amigos de um jogo online e o outro de uma outra profissão que eu exerci de vigilantes, que tenho colegas lá também.”*

**Mulher | -40 | capital | sul**

*“Eu não sei quantos grupos eu tenho e acho que deveria ser uma funcionalidade do WhatsApp mostrar quantos. Eu tenho grupos que silencio e nunca leio. Fora aqueles que a gente fica de terminar o grupo depois e nunca termina. Com certeza **tenho mais de 20.**”*

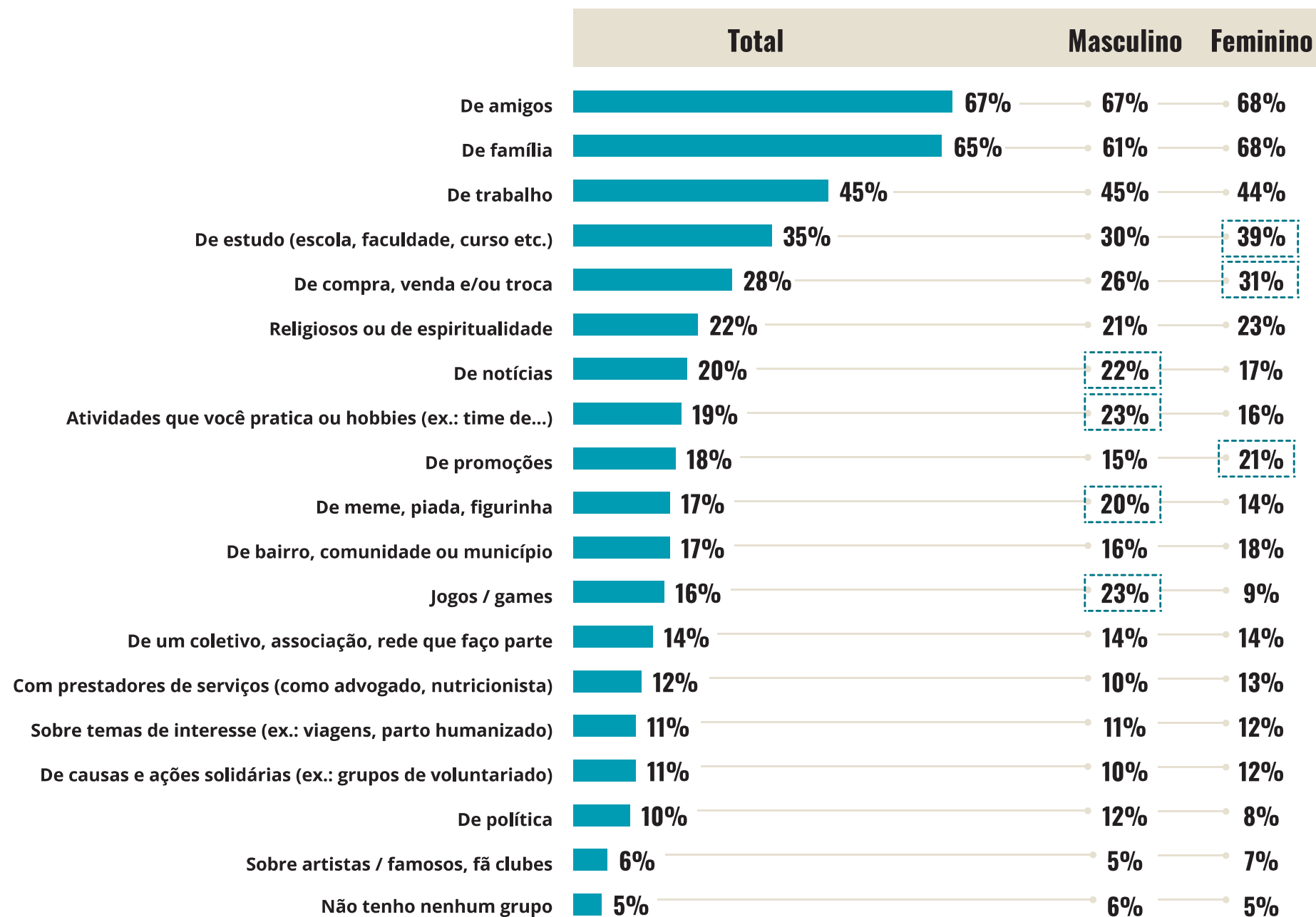
Médio	Superior ou Pós
85%	68%
11%	25%
3%	5%
1%	2%

Mais ou menos quantos grupos você diria tem no WhatsApp? | Base: 3021 respostas

# OS TIPOS DE GRUPOS DE QUE SE PARTICIPA

As diferenças entre os grupos que homens e mulheres têm no WhatsApp são pontuais. Grupos ligados a atividades de educação e de compras e promoções são destaque para elas; e entre eles, grupos de jogos, hobbies, notícias, assim como de memes e piadas.

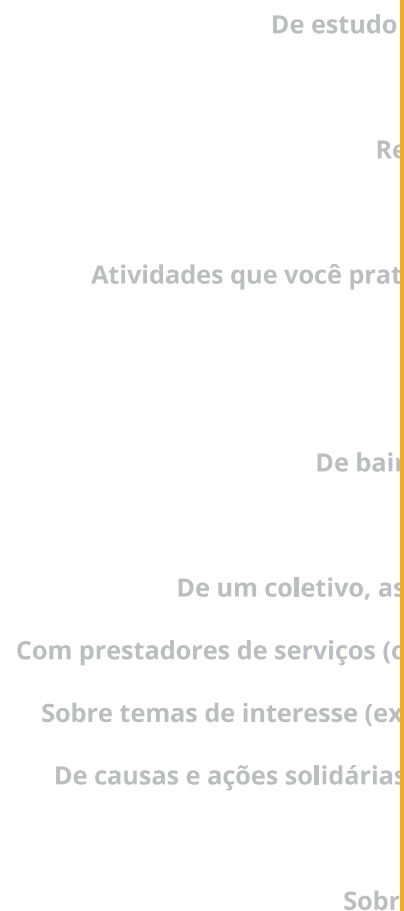
P10. Quais desses grupos você tem no seu WhatsApp? | Base: 3041 respostas



# OS TIPOS DE GRUPOS DE QUE SE PARTICIPA

As diferenças entre os grupos que homens e mulheres têm no WhatsApp são pontuais. Grupos ligados a atividades de educação e de compras e promoções são destaque para elas; e entre eles, grupos de jogos, hobbies, notícias, assim como de memes e piadas.

P10. Quais desses grupos você tem no seu WhatsApp? | Base: 3041 respostas



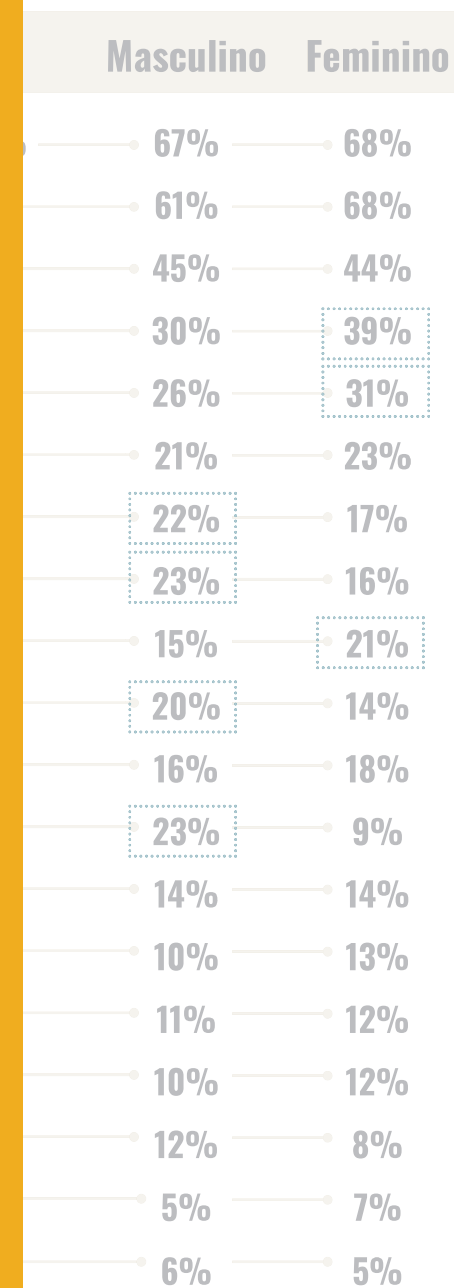
Os grupos de compra e venda (28%) e de promoções (18%) são significativos em todas as classes sociais e regiões do país.

39% dos respondentes que se declaram evangélicos participam de grupos religiosos.

Entre os mais jovens são populares os grupos de memes/figurinhas (23%) e de jogos (22%).

Os grupos de política são mais populares nas regiões Norte (14%) e Nordeste (14%), bem como entre pessoas com idade acima de 50 anos (16%).

Em geral, as pessoas que têm um posicionamento político mais definido, tanto de direita quanto de esquerda, também se mostram mais presentes nos grupos de WhatsApp.



# DIFERENTES GRUPOS, DIFERENTES INTERAÇÕES

Não existe um padrão de interação esperado para cada tipo de grupo. O padrão é que as pessoas reproduzem em seus grupos os papéis sociais exercidos fora dos aplicativos com as pessoas com quem interagem. O universo de grupos é diverso e cada um deles tem seu próprio *ethos*; isto é, possuem um conjunto de costumes, hábitos e valores, com suas próprias normas de convivência e regras de moderação. As regras dentro de grupos aparecem em dois sentidos: se por um lado cidadãos as veem como importantes para melhorar a convivência, por outro o respeito a essas regras ainda não está totalmente incorporado.

Mulher | -40 | capital | Sul

*“Então, não tem diferença eu dizer no grupo da família, no WhatsApp ou num almoço de domingo. O filtro é o mesmo. Então, tem grupos que eu me sinto à vontade, tem grupos que eu não me sinto. Tem gente que eu nunca vi na vida, então como eu vou interagir, quando eu vou interagir é como se eu estivesse entrando num grupo onde eu não conheço ninguém. É igual!”*

Homem | 40+ | interior | Norte

*“Eu acho que um grupo onde a regra mais funciona dos grupos que eu estou é do grupo de troca de livros e jornais. É uma biblioteca, então cada vez que alguém joga um bom dia ou coisa parecida, o administrador do grupo coloca um “psiu, isso aqui é uma biblioteca!”. Eu estou numa biblioteca, eu tenho que fazer silêncio porque eu vou atrapalhar o colega que está lendo. Então, é o grupo que tem a regra mais severa. Uma das regras é a expulsão do grupo.”*

# DIFERENTES GRUPOS, DIFERENTES INTERAÇÕES

Muitas vezes as regras dos grupos dizem respeito a poder ou não falar sobre política, deixando claro o quanto essas normas de convivência se intensificaram após episódios de desentendimento devido a posicionamento político.

**72%**

**EVITARAM FALAR DE POLÍTICA NOS GRUPOS DE FAMÍLIA PARA FUGIR DE BRIGAS.**

**42%**

**AFIRMAM QUE VIRAM A DIVISÃO DE GRUPOS DE AMIGOS EM GRUPOS MENORES COMO UM CAMINHO PARA REDUZIR ATRITOS SOBRE POLÍTICA.**

**2018** É UM MARCO DE VIRADA PARA MUDANÇAS NOS COMPORTAMENTOS NO APLICATIVO.



# DIFERENTES GRUPOS, DIFERENTES INTERAÇÕES

Muitas vezes as regras dos grupos dizem respeito a poder ou não falar sobre política, deixando claro o quanto essas normas de convivência se intensificaram após episódios de desentendimento devido a posicionamento político.

**Homem | 40+ | capital | Norte**

*Nos meus grupos tem regras, e tem política vetada. Por exemplo, no grupo do bairro, política partidária não é discutida, isso é regra. Foi tão interessante, a gente viu uma postagem muito interessante, o pessoal disse assim, 'Poxa, estou muito triste', em virtude a eleição, e eu falava no grupo, 'Nós estamos evitando discutir política', ele falou, 'Me perdoa, é que eu já sai de todos os grupos, eu só tenho esse para eu desabafar', aquele era o único grupo, de tanta briga que já tinha. O fato é que esse não tem e por outro lado eu participo de um outro grupo que é só política."*

**Mulher | 40+ | interior | Centro-Oeste**

*“Em 2018 eu saí também do grupo de dança, que era um grupo que eu dancei por 15 anos aqui na minha cidade e mesma coisa de política. O grupo estava bem espalhado, pessoas de todos os cantos do Brasil e com isso começam as mensagens políticas das mais diversas. Então, para não ter briga eu prefiro sair. Eu saio porque é melhor manter a amizade.”*

The background features a repeating pattern of yellow geometric shapes, including squares and triangles, arranged in a grid-like fashion on a blue background. The shapes are slightly offset, creating a dynamic, textured effect.

# **COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA NOS APLICATIVOS**

# CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

Mulher | -40 | capital | Nordeste

“Eu acho que uma promoção é uma notícia, principalmente uma promoção que diz “compre e receba 50 de cashback”, pra mim é uma notícia. Esse tipo de informação eu costumo sim compartilhar, compartilho independente da relação que eu tenho com as pessoas no grupo, inclusive com quem eu não conheço. Estando no grupo eles vão ver aquela informação. Uma campanha como a do Itaú dos livros, compartilho também. Eu acompanho muito o G1. O meu celular puxa direto no G1. Pra mim o Twitter é uma rede social de base de informação. E também ver qual a opinião das pessoas, o que as pessoas estão falando sobre aquilo.”

## NOTÍCIA

É um conceito confuso para algumas pessoas, pois é entendida como o que é tornado público, independente do assunto, da intencionalidade e da origem da informação.

## FAKE NEWS

Se notícia já é um conceito ainda nebuloso, as fake news podem ser ainda mais confundidas, especialmente no que diz respeito à distinção de opinião e informação. Mas a ideia de que verificar a fonte é importante já está amplamente disseminada e gera preocupação entre cidadãos. E também a noção de que uma fake news deve ser desmentida é cada vez mais presente.

Mulher | -40 | região metropolitana | Sul

“Fake news são notícias sem fonte, sem ter um lugar para saber se realmente é real, para buscar e saber se é verdadeira essa notícia.”

Mulher | 40+ | interior | Sudeste

“Eu acho interessante que fake news eu percebo muito nos grupos da igreja. É muito interessante isso, porque tem sempre alguém que coloca “toma isso que mata o Covid”. Nos grupos da escola eu já não percebo muito. Talvez seja porque o pessoal acaba lendo um pouco antes. Por conta disso eu entrei num grupo BOATOS.com e quando alguém coloca no grupo da igreja eu já vou lá nesse grupo, pesquisa e joga lá ‘olha, não compartilha!’.”

# CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

30%

DAS PESSOAS ENTREVISTADAS ADMITE, AO MENOS PARCIALMENTE, TER REPASSADO NOTÍCIA QUE JULGARAM IMPORTANTE OU INTERESSANTE SEM CHECAR A FONTE.

33%

DOS BRASILEIROS COM ACESSO À INTERNET ADMITEM COMPARTILHAR CONTEÚDOS QUE POSSAM PARECER OFENSIVOS QUANDO ACREDITAM EM UMA IDEIA.

Há uma diferença significativa de comportamento daqueles que se identificam como de direita ou de esquerda: 40% dos entrevistados que se identificam como de direita admite, ao menos parcialmente, ter repassado notícia sem checar a fonte, enquanto 25% dos que se identificam como de esquerda admitem o mesmo comportamento. No caso daqueles que se identificam como de centro ou que não sabem seu posicionamento os valores são 27% e 23%, respectivamente.

---

# CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO

Mulher | -40 | região metropolitana | Sul

*Eu já compartilhei com familiares, no grupo de família, metade é direita e metade é esquerda então para provocar eu compartilhei lá uma coisa desmentindo um negócio da direita, só que era uma mentira. Eu fui lá e botei que eles estavam mentindo, aí ficaram todos intrigado comigo. Eu me arrependi. Devia ter deixado quieto.”*

# CONCEITOS DE POLÍTICA

Mulher | 40+ | capital | Nordeste

“Hoje em dia, todos os assuntos do dia a dia têm alguma coisa de política. Mas compartilhar alguma informação desse tipo, sempre gera conflito, principalmente na atual situação da política no país. Até mesmo a questão da vacina, tem o cunho político por trás.”

Mulher | 40+ | região metropolitana | Sul

“Quando fala em política a gente logo vem na cabeça nessa época de eleição a exposição da pessoa, do candidato que está ali pleiteando, informações. Às vezes verídicas e às vezes inverídicas.”

Mulher | -40 | região metropolitana | Centro-Oeste

“Política pra mim é desentendimento, é na maioria das vezes brigas, como os outros disseram ai, é isso política é um negócio que - como diz meu pai - é suja.”

## POLÍTICA

Frequentemente associada a briga ou discórdia; como problema que faz parte da vida de todos, mas que é preciso tomar cuidado ao ser discutida com as pessoas.

## MENSAGEM POLÍTICA

Associada à exposição de opiniões e posicionamentos sobre assuntos coletivos e valores. Fica claro que mensagem política não está necessariamente associada a candidaturas.

Mulher | -40 | capital | Sul

“Para mim mensagem política é quando você coloca uma opinião sobre algum assunto que atinge um coletivo. Então, se você se posiciona, por exemplo, contra o aborto, contra abuso sexual, contra lgbtphobia ou homofobia, você está se posicionando com um assunto que é coletivo. Pra mim, isso é político. Então, toda vez que alguém se posiciona com uma opinião que não é individual, no sentido de não atingir só ela, mas sim um coletivo, pra mim isso é político e quando vem isso pode ter certeza que é uma das mensagens no grupo que eu interajo.”

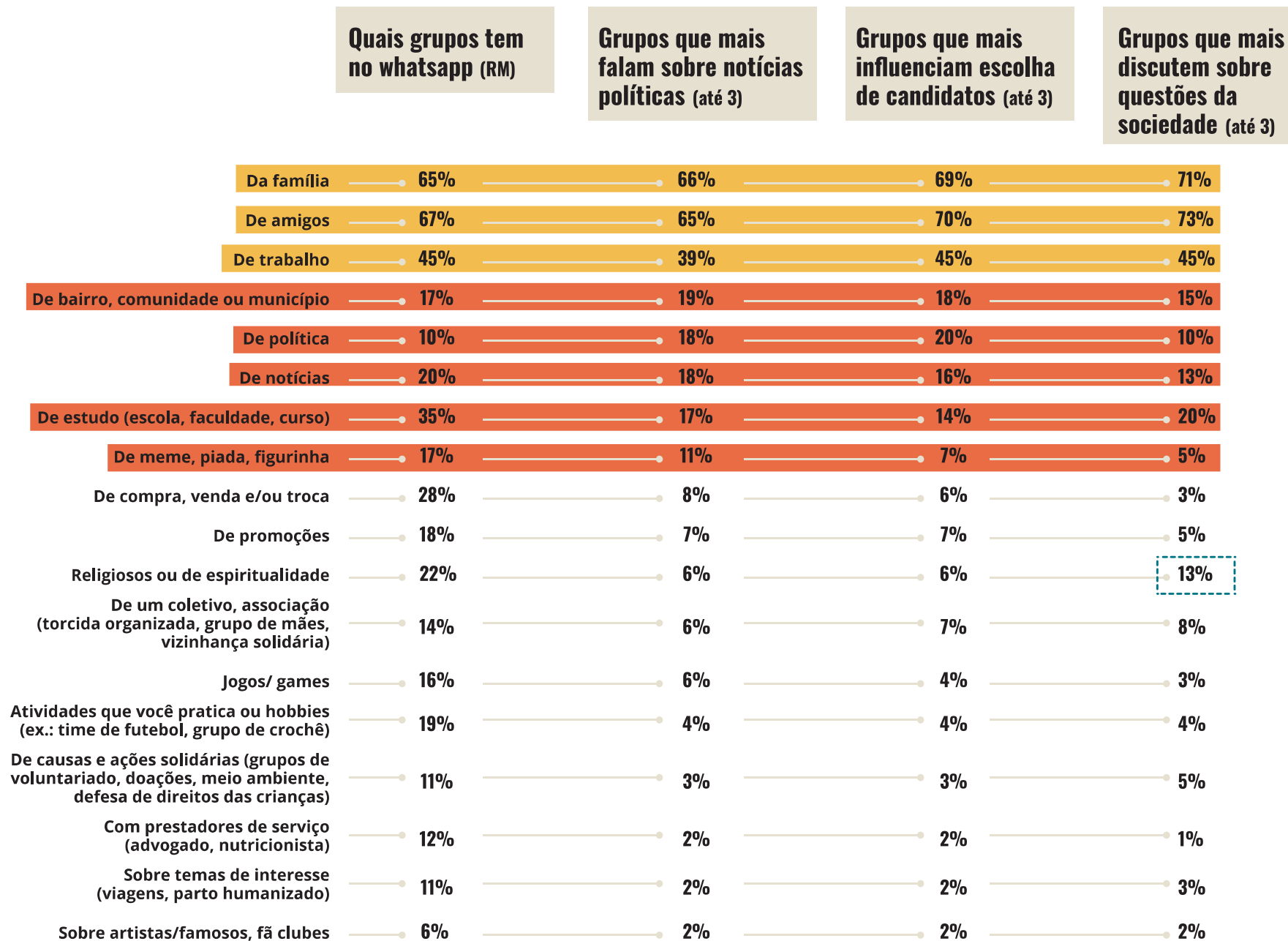
Mulher | -40 | região metropolitana | Sudeste

“Mensagem política acho que é uma maneira de expor a sua opinião política, a sua ideologia e aquilo que você acredita e tentar converter aquela pessoa que discorda de você ou que não acredita no mesmo que você, o motivo dela acreditar naquilo.”

# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

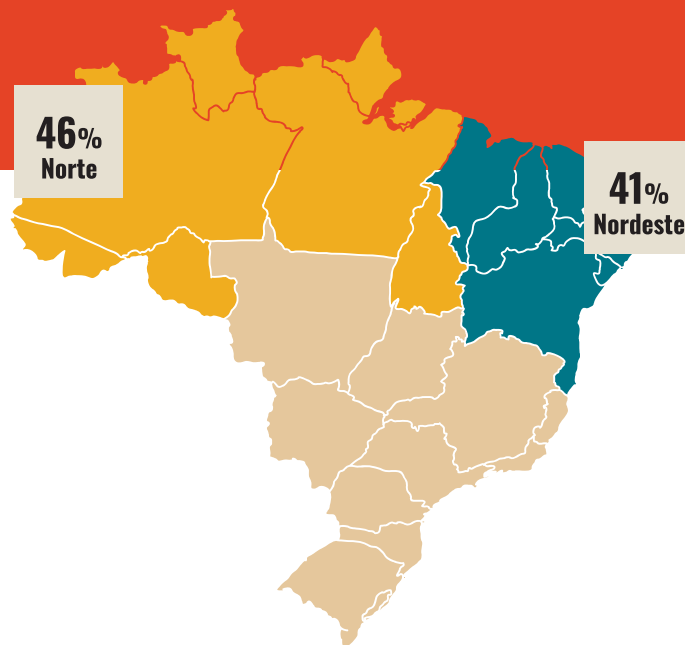
Grupos de família e amigos são os grupos que mais discutem política e questões da sociedade e influenciam a escolha de candidatos. Esses são os grupos que acabam recebendo conteúdo de outros ambientes em que há menor volume de participação, como: grupos de bairro/comunidade/município, política, notícias, estudo e meme/piada/figurinha.

P10. Quais desses grupos você tem no seu WhatsApp? (Base: 3041) | P14a. Dos grupos em que você participa no WhatsApp, quais são os TRÊS grupos em que MAIS aparecem notícias sobre política, políticos e governo? (Base: 2750) | P14b. E quais são os TRÊS grupos em que MAIS aparecem conteúdos para influenciar como pessoas escolhem candidatos? (Base: 2701) | P14c. E quais são os TRÊS grupos em que MAIS aparecem discussões sobre questões da sociedade, como defesa da família, racismo, desmatamento, etc. (Base: 2671)



# COMUNICAÇÃO SOBRE POLÍTICA EM GRUPOS

PARA **36%**  
DOS BRASILEIROS OS CONTEÚDOS  
RECEBIDOS PELO APLICATIVO  
FORAM, AO MENOS PARCIALMENTE,  
IMPORTANTES PARA A DECISÃO DE  
VOTO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS.  
ESTA VISÃO É ESPECIALMENTE  
RELEVANTE NAS REGIÕES NORTE  
E NORDESTE.



OS GRUPOS GRANDES,  
EM QUE MUITAS PESSOAS NÃO  
SE CONHECEM, SÃO VISTOS POR

**69%**

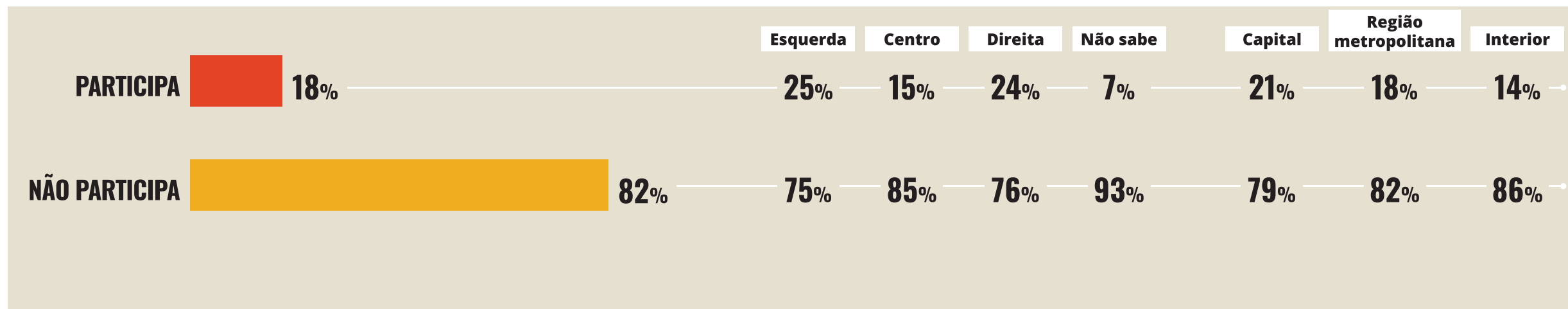
DAS PESSOAS COMO  
MAIS PROPÍCIOS PARA  
A CIRCULAÇÃO DE BOATOS,  
SE COMPARADOS ÀQUELES  
NOS QUAIS OS PARTICIPANTES  
SÃO CONHECIDOS.



# PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS DE DISCUSSÃO POLÍTICA DESDE 2018

2 a cada 10 pessoas participam de grupos de discussão política desde 2018. Há uma tendência entre cidadãos de municípios de portes maiores de participarem mais desses grupos. Não há diferenças significativas entre o comportamento daqueles que se identificam como de direita ou de esquerda.

P22. Você está em algum grupo de WhatsApp que tem o objetivo de discutir assuntos políticos desde 2018? | Base: 2977 respostas



- Propostas para melhorar o país/município/bairro
- Amigos que debatem livremente
- Afinidades de valores: progressistas, apoiadores do Bolsonaro, valores conservadores
- Discussão e debate de opiniões e política
- De partidos políticos
- Da família sobre política
- Da faculdade
- De apoio e acompanhamento de candidato eleito
- De igreja sobre política
- Grupos profissionais de diferentes áreas

# INFLUÊNCIA DA ELEIÇÃO DE 2018 SOBRE AS DISCUSSÕES POLÍTICAS

Não restam dúvidas de que o processo eleitoral de 2018 exerceu influência sobre a forma como as pessoas têm se comportado em relação à comunicação sobre política. As experiências de cada pessoa desde antes, mas principalmente desde 2018, direcionam a forma como estão interagindo e reagindo nos aplicativos de mensagem.

**71%**

**DOS RESPONDENTES AFIRMAM TER MUDADO DE ALGUMA FORMA O COMPORTAMENTO NO APLICATIVO DESDE A ELEIÇÃO DE 2018, SE POLICIANDO MAIS SOBRE O QUE FALAM NOS GRUPOS DE WHATSAPP.**

**50%**

**AFIRMAM TER VISTO UMA MUDANÇA NAS REGRAS DOS GRUPOS EM RELAÇÃO AO QUE PODE SER COMPARTILHADO, A PARTIR DA ELEIÇÃO DE 2018.**

# INFLUÊNCIA DA ELEIÇÃO DE 2018 SOBRE AS DISCUSSÕES POLÍTICAS

Não restam dúvidas de que o processo eleitoral de 2018 exerceu influência sobre a forma como as pessoas têm se comportado em relação à comunicação sobre política. As experiências de cada pessoa desde antes, mas principalmente desde 2018, direcionam a forma como estão interagindo e reagindo nos aplicativos de mensagem.

**Homem | -40 | interior | Nordeste**

*“Desde 2018 a gente vem numa situação bem complicada. Desde 2016 e juntou tudo isso e eu diria que desde a última eleição principalmente, que a gente sente mais necessidade pra reafirmar, pra compartilhar e discutir isso mesmo com os familiares, porque é bem necessário.”*

**Mulher | -40 | região metropolitana | Sudeste**

*“Eu voto hoje no candidato e não mais no partido, antigamente era por partido, né. Aí como teve esse negócio aí do mensalão, lava jato, aí eu estou votando no candidato agora e quando eu quero compartilhar alguma coisa eu compartilho só a proposta do candidato que eu vejo que é boa. Mas só para os mais conhecidos, os mais chegados, não é com qualquer pessoa não senão dá briga...”*

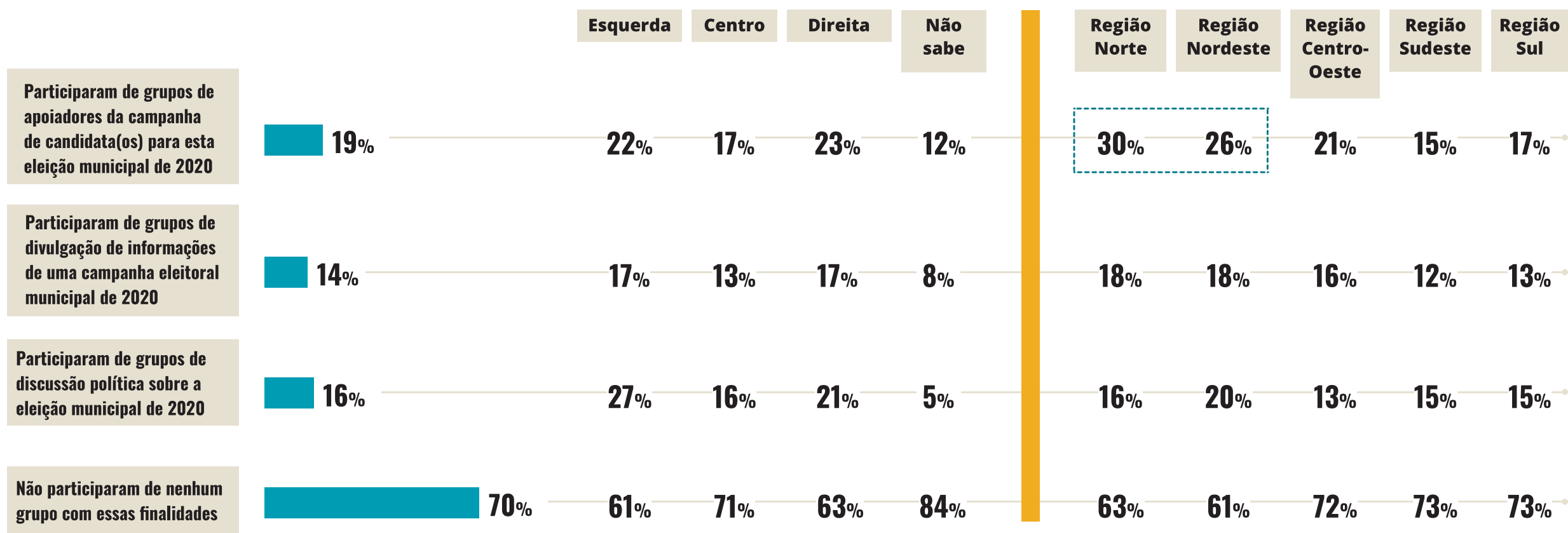
# ELEIÇÃO DE 2020 NOS APLICATIVOS DE MENSAGEM



# GRUPOS COM ATIVIDADES POLÍTICAS NA ELEIÇÃO DE 2020

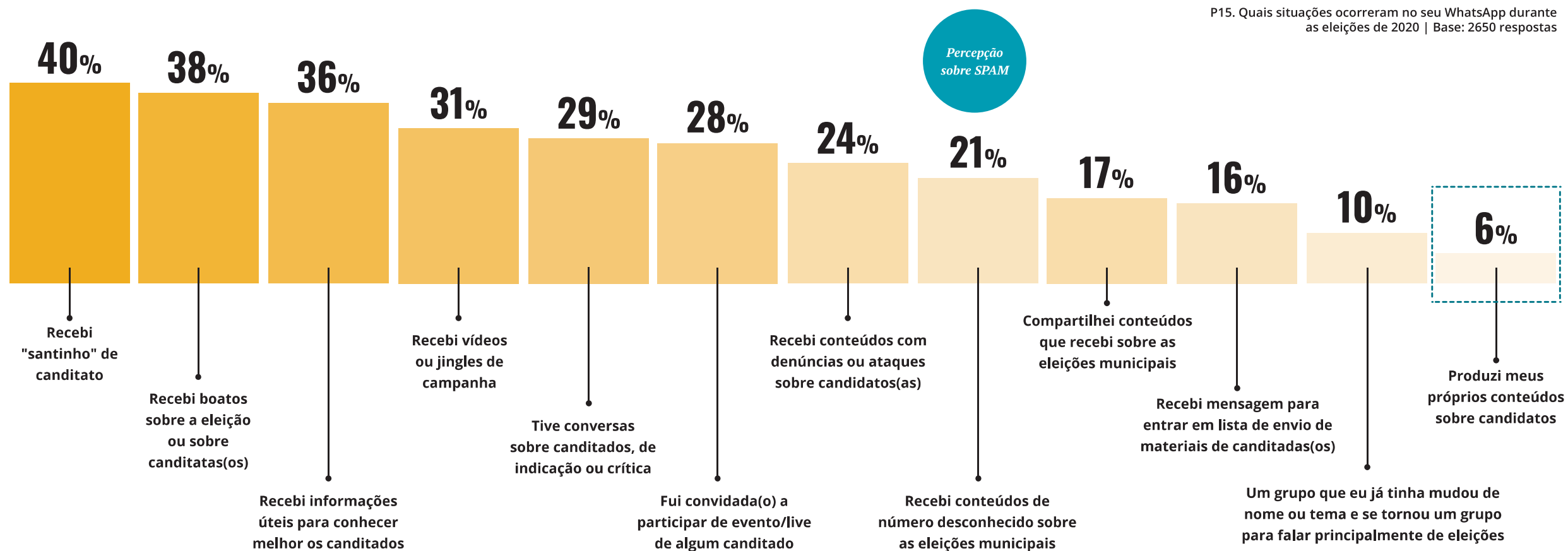
P13. Pensando nos últimos 2 meses, você participou de algum grupo no WhatsApp criado para: (RM) | Base: 2977 respostas

3 a cada 10 cidadãos participaram de grupos criados para atividades de campanha nas eleições municipais de 2020. As regiões Norte e Nordeste tem um perfil mais participativo em relação a esses grupos, especialmente no que se refere ao apoio e divulgação de informações de campanha. Simpatizantes da esquerda e da direita foram igualmente atuantes nos grupos de apoio e discussão política na eleição de 2020.



# ELEIÇÃO DE 2020 NOS APLICATIVOS DE MENSAGEM

4 a cada 10 cidadãos receberam conteúdos que identificaram ser um boato, ou informação falsa, sobre a eleição ou candidato. E 2 a cada 10 foram alvo de SPAM político por meio de envio de conteúdo eleitoral através de um número desconhecido. O envio de vídeos e jingles de campanha via WhatsApp, assim como os convites para lives foram táticas amplamente utilizadas nas eleições municipais 2020, alcançando cerca de 3 a cada 10 cidadãos.

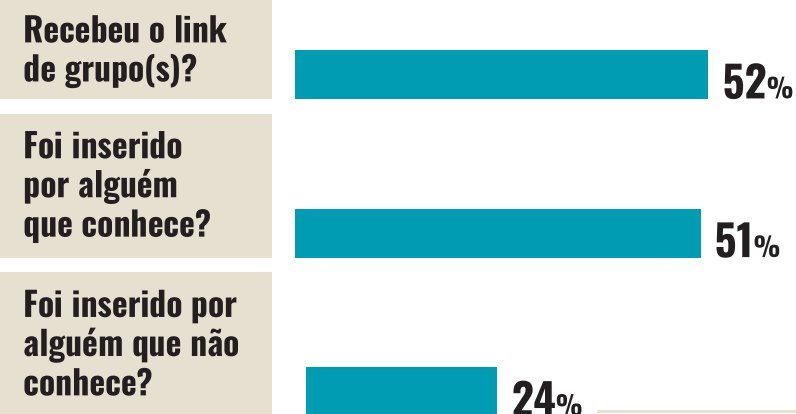


# COMPORTAMENTOS PARA CRIAR OU INGRESSAR EM GRUPOS SOBRE ELEIÇÃO 2020

7 a cada 10 cidadãos tiveram algum tipo de interação, passiva ou ativa, com grupos sobre as eleições de 2020, seja para criar ou ingressar neles. Grupos alcançaram passivamente mais de 50% dos respondentes através de alguma pessoa conhecida ou pelo envio de links. O SPAM político, por meio da inserção em grupos por pessoas desconhecidas, atingiram um quarto dos entrevistados. Já aqueles que tiveram um comportamento mais ativo, pedindo para participar ou criando grupos, são uma minoria.

P16. Pensando em grupos que trataram das eleições municipais, nos últimos 2 meses, você: (RM) | Base: 1789 respostas

## COMPORTAMENTOS PASSIVOS



Percepção sobre SPAM

## COMPORTAMENTOS ATIVOS



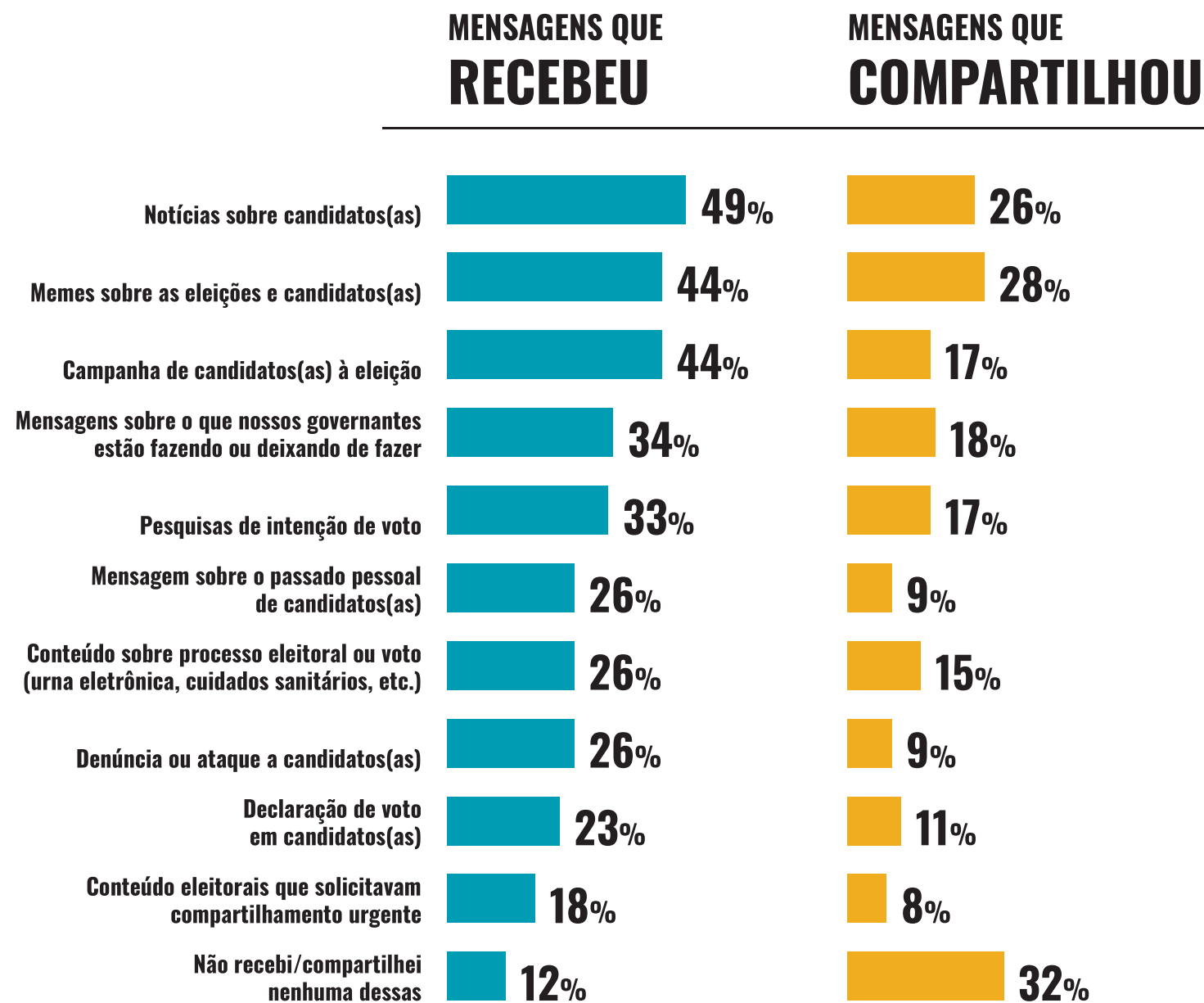
# RECEBIMENTO E COMPARTILHAMENTO DE MENSAGENS NAS ELEIÇÕES 2020

Memes foram um formato popular, muito recebidos (44%) e com grande compartilhamento (28%).

Têm aderência nas diferentes classes sociais e faixas etárias, atingindo moradores da capital e do interior, tanto conservadores quanto progressistas.

Uma pequena parcela (12%) não recebeu mensagens durante o período eleitoral, mas a maior parte (32%) dos cidadãos não compartilhou nada.

P17a. Quais desses tipos de mensagens você recebeu de alguém durante o período eleitoral municipal de 2020 | P17b . E quais desses tipos de mensagens você compartilhou? | Base: 2617 respostas





---

# ESTRATÉGIAS PARA FALAR DE POLÍTICA NOS APLICATIVOS DE MENSAGEM

**27%**

RECONHECEM QUE ENVIAM CONTEÚDOS COM A INTENÇÃO DE PROVOCAR QUEM PENSA DIFERENTE. OS PERFIS DE CLASSES SOCIAIS A/B E MORADORES DE CAPITALS ESTÃO ENTRE OS QUE MAIS UTILIZAM ESSE RECURSO.

**63%**

DAS PESSOAS, DE TODOS OS PERFIS, USAM MENSAGENS DE HUMOR COMO UMA ALTERNATIVA PARA FALAR DE POLÍTICA SEM PROVOCAR BRIGAS.

## COMO CITAR ESTE RELATÓRIO:

INTERNETLAB; REDE CONHECIMENTO SOCIAL.

Os vetores da comunicação política em aplicativos de mensagens: hábitos e percepções do brasileiro em 2020. São Paulo, 2021.

## ORGANIZADORES:

Associação InternetLab de Pesquisa em Direito e Tecnologia

@ www.internetlab.org.br

Rede Conhecimento Social

@ conhecimentosocial.org

## APOIADOR: WHATSAPP LLC

Nota: esta pesquisa foi realizada de forma independente pelo InternetLab e pela Rede Conhecimento Social, com apoio de doação financeira realizada pela empresa. Seguindo a política de financiamento do InternetLab e de acordo com disposição contratual, o WhatsApp não teve nenhuma ingerência sobre o desenho da pesquisa, a coleta e análise dos dados, e a organização dos resultados.

## AUTORES:

**INTERNETLAB**  
pesquisa em direito e tecnologia



Francisco Brito Cruz  
Heloisa Massaro  
Jade Becari  
Ester Borges  
Mariana Valente

Fernanda Império  
Marisa Villi  
Rodrigo Cardozo

## CONSELHO DA PESQUISA:

Ana Lucia Lima  
Silvia Cervellini  
João Guilherme B. Santos  
Juliana Frattini

## PROJETO GRÁFICO:

Joana Resek

## COMUNICAÇÃO:

Karina Oliveira



**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 corretamente, e que utilizem a mesma licença.

Ver texto da licença em:

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