

CONTRIBUIÇÃO SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE VERIFICAÇÃO DE INFORMAÇÃO NA AMÉRICA LATINA

A PESQUISA

Em 2025, o InternetLab, em parceria com a Rede Conhecimento Social, publicou a pesquisa [Vetores e Implicações da Desordem Informacional na América Latina](#) (english version to be published soon [here](#)), na qual mapeou elementos da dinâmica de disseminação e consumo de informação online, com foco em compreender os hábitos de usuários em plataformas digitais, suas percepções em relação a confiabilidade de fontes e informações, e suas perspectivas em relação às estratégias de combate à desinformação. Ela integra o projeto [Resisting Information Disorder in the Global South](#), financiado pelo IDRC, sob a coordenação da Universidade de Stellenbosch, e conta com parceiros na Ásia, MENA e África – o InternetLab lidera as pesquisas realizadas na América Latina. Com dados coletados ao longo de 2024, a pesquisa aponta para um consumo de informação multimídia e multiplataformas, marcado por uma desconfiança generalizada e pela criação, por parte de usuários, de seus próprios ecossistemas informacionais, a partir de estratégias de verificação próprias e de “fontes” de confiança pessoal.

A pesquisa adotou métodos qualitativos e quantitativos para analisar o consumo de informação online na América Latina. A primeira fase envolveu Oficinas de Perguntação com cidadãos pesquisadores de diferentes países, que contribuíram na construção e abordagem das perguntas e na análise dos resultados, além de prover interpretações mais contextualizadas e sensíveis às realidades locais. Paralelamente, oficinas com o Conselho de Pesquisa, composto por acadêmicos e especialistas latino-americanos, apoiaram na validação metodológica e no aprofundamento das análises e conclusões do projeto.

A etapa quantitativa, realizada em julho de 2024, consistiu em um *survey* com 6.065 respostas provenientes de 19 países, organizados em cinco agrupamentos territoriais: Brasil; Cone Sul (Chile, Argentina, Paraguai e Uruguai); Andes/Amazônia (Peru, Colômbia, Equador, Venezuela e Bolívia); América Central (República Dominicana, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicarágua, El Salvador, Panamá e Porto Rico); e México. Por fim, a etapa qualitativa, realizada entre março e maio de 2024, incluiu seis grupos de discussão e 13 entrevistas em profundidade, permitindo captar percepções, nuances e experiências que complementam e aprofundam os resultados quantitativos.

DADOS GERAIS DE CONSUMO DE INFORMAÇÃO

A pesquisa concluiu que o consumo de informações na América Latina é multimídia e multiplataformas, tendo 7 a cada 10 pessoas na região afirmado utilizar diferentes meios para se informar, buscando informações adicionais em sites, plataformas, tv ou rádio após verem a

informação inicialmente em um desses meios. Além disso, para 6 a cada 10 pessoas da região, as redes sociais e apps de mensagem constituem as principais fontes primárias de informação.

Entre as principais plataformas utilizadas para se informar estão Google, Facebook, Youtube e Instagram, podendo variar conforme o agrupamento territorial. No Brasil, é possível verificar o Google (64%), seguido do Instagram (54%), Youtube (43%), Facebook (23%) e WhatsApp (22%) entre as plataformas utilizadas para se informar ou buscar notícias.

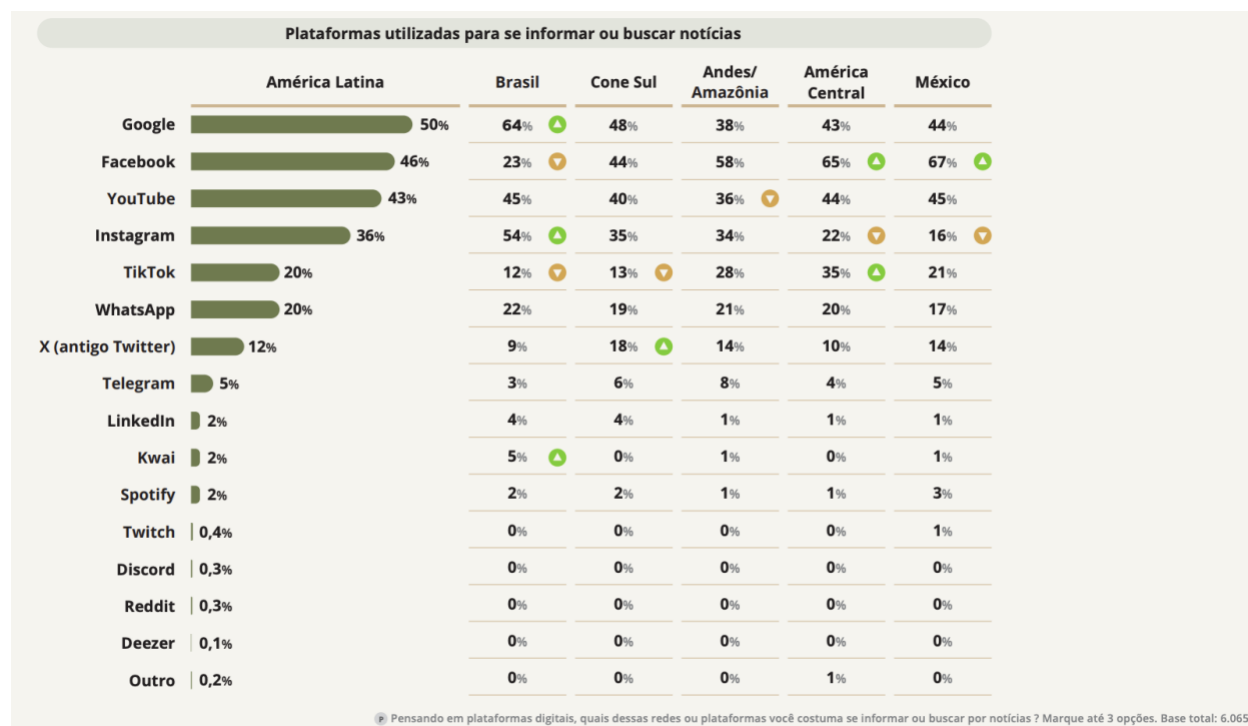


Gráfico 1 - Plataformas utilizadas para se informar ou buscar notícias

Fonte: InternetLab; Rede Conhecimento Social, 2025, p.31.

O consumo de informação na região é marcado por uma desconfiança generalizada sobre as informações que circulam nas diversas mídias sobre os mais variados temas. Em todos os assuntos abordados, mais da metade dos respondentes afirma que todas ou grande parte delas são falsas. Eleições são o tema que desperta mais desconfiança na América Latina e, no Brasil, é o assunto em que mais pessoas acreditam que tudo ou quase tudo que circula é desinformação.

Embora muito utilizadas, as redes sociais e aplicativos de mensagem são percebidos como ambientes onde circula muita notícia falsa e desinformação. Em geral, os participantes demonstram se sentirem perdidos e céticos ao navegar pelo ambiente informacional. Em alguns casos, respondentes relatam que só confiam no conteúdo após checar a veracidade das informações em outras fontes.

A percepção sobre a circulação de notícias falsas parece influenciar também a permanência das pessoas nas plataformas: 59% dos respondentes afirmam concordar, total ou parcialmente, que já

deixaram de usar algum aplicativo por esse motivo. Entre as plataformas em que a percepção sobre a circulação de notícias falsas ou desinformação é maior estão: Facebook (55%), TikTok (37%), Instagram (26%), WhatsApp (23%) e YouTube (19%), sendo maior entre usuários do que não usuários das plataformas.

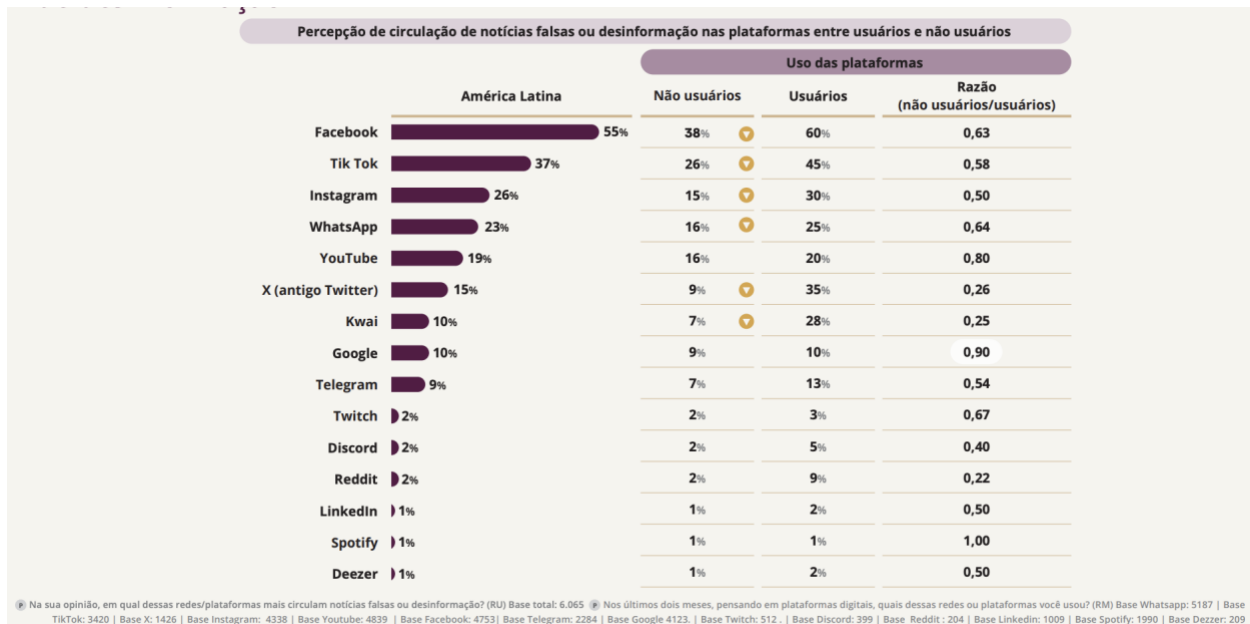


Gráfico 2 - Percepção de circulação de notícias falsas ou desinformação nas plataformas entre usuários e não usuários
Fonte: InternetLab; Rede Conhecimento Social, 2025, p.104.

CHECAGEM E ROTULAGEM COMO ESTRATÉGIA

A desconfiança generalizada que parece predominar na América Latina faz com que as pessoas adotem estratégias próprias de verificação, que combina múltiplas plataformas e fontes, o que inclui a busca de opiniões de pessoas próximas, influenciadores e mídias que consideram confiáveis. Há um risco, entretanto, que a criação de estratégias próprias para verificação aliadas à valorização de "fontes confiáveis" próprias resulte na interpretação de pontos de vista como fatos.

A pesquisa também explorou mecanismos que apoiam a integridade da informação nas plataformas. No que concerne a rotulagem de conteúdos, **9 em cada 10 respondentes em toda a América Latina, afirmam não compartilhar notícias ou postagens rotuladas publicamente pelas plataformas como falsas ou manipuladas.**

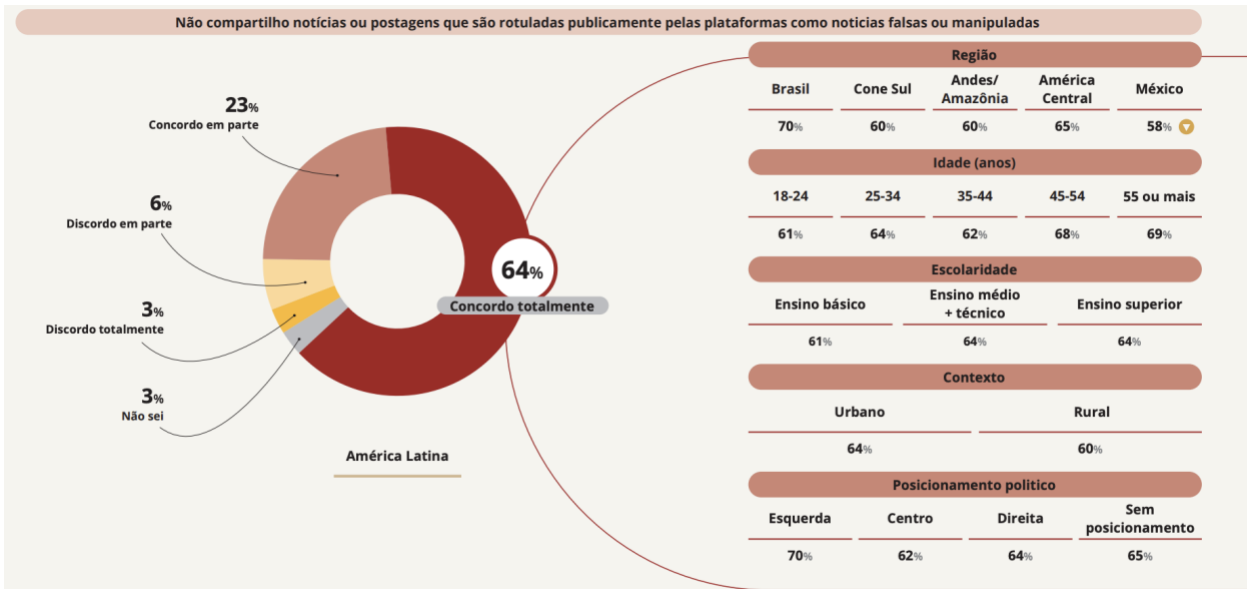


Gráfico 3 - Não compartilho notícias ou postagens que são rotuladas publicamente pelas plataformas como notícias falsas ou manipuladas

Fonte: InternetLab; Rede Conhecimento Social, 2025, p.171.

Quanto aos avisos de que uma notícia pode ser falsa ou manipulada, 9 a cada 10 pessoas em toda a América Latina considera bom que, de alguma forma, existam tais avisos, sendo que 7 a cada 10 concordam totalmente com esse mecanismo. Ainda assim, os respondentes nem sempre o consideram eficiente (apenas 19% concordam totalmente que é eficiente), sobretudo por considerarem a quantidade de conteúdos rotulados insuficiente, afirmando que muitos conteúdos não passam por essa verificação. Ademais, parece não ser muito conhecido, dado que alguns chegaram a sugerir a implementação de medidas já existentes. Por fim, 8 a cada 10 pessoas na América Latina afirmam utilizar os comentários de postagens como uma forma de checagem de informação.

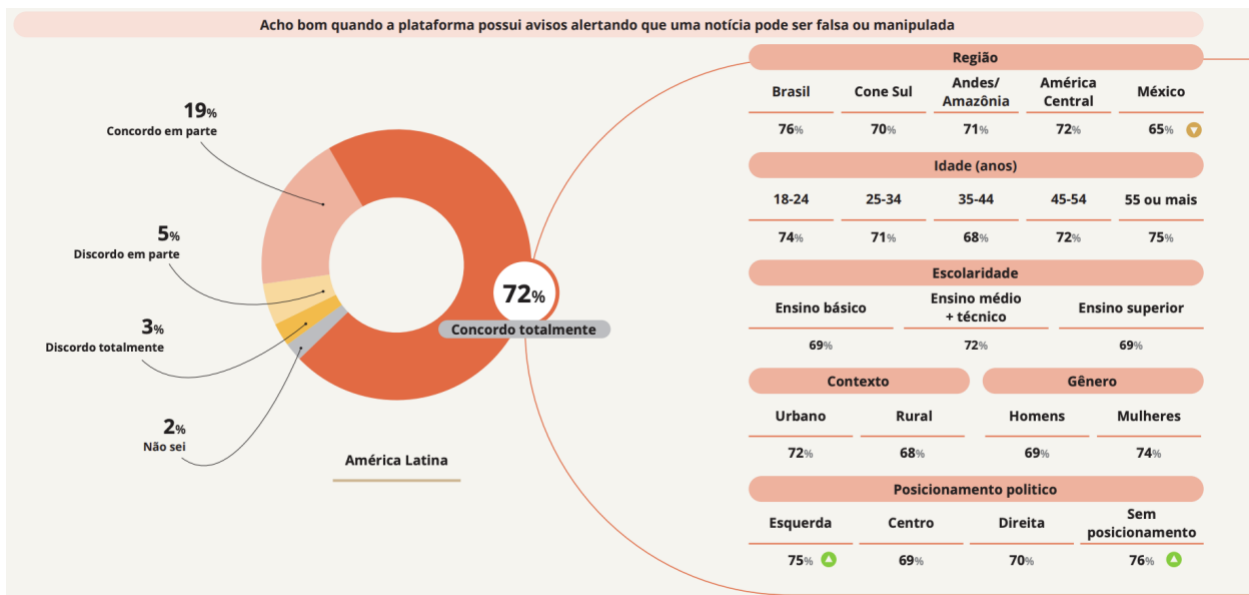


Gráfico 4 - Acho bom quando a plataforma possui avisos alertando que uma notícias pode ser falsa ou manipulada
Fonte: InternetLab; Rede Conhecimento Social, 2025, p.248.

A pesquisa evidencia que usuários valorizam a facilidade de acesso a informações que permitam verificar a veracidade de um conteúdo no próprio contexto em que ele aparece. Rótulos de checagem, avisos de desinformação e comentários aparecem como mecanismos que apoiam a verificação da informação e que previnem o compartilhamento de desinformação. Esta conclusão reforça o papel que programas de verificação e rotulagem desempenham no ecossistema informacional, assim como os possíveis prejuízos de seu enfraquecimento ou descontinuidade.

Em meio a uma sensação generalizada de desconfiança e caos no ambiente informacional, a pesquisa aponta como mecanismos como a rotulagem podem servir como um sinal ou guia importante para usuários navegarem o consumo de informação. Exatamente pelo papel relevante dessas ferramentas, se mostra essencial que sejam construídas de forma a contribuir para a integridade da informação, com valorização de fontes íntegras e do jornalismo de interesse público. As conclusões da pesquisa sugerem que, se mal aplicados, mecanismos de rotulagem podem impactar negativamente o debate público, podendo levar a silenciamento de vozes; ao mesmo tempo que, quando bem implementados, podem fortalecer ambientes informacionais, servindo como guias e contribuindo para espaços mais seguros e para expressão plural e qualificada.

A pesquisa está disponível na [íntegra](#) no [site do InternetLab](#), onde também é possível encontrar o [resumo executivo](#) com os principais destaques.

Sobre o [InternetLab](#)

O INTERNETLAB é um centro independente de pesquisa interdisciplinar, sediado no Brasil, que promove o debate acadêmico e a produção de conhecimento nas áreas de direito e tecnologia, sobretudo no campo da Internet.