

Fake News e Privacidade nas Redes Sociais

2ª medição

PM 745082 - Julho | 2020

facebook



01.
OBJETIVO E
METODOLOGIA



02.
PERFIL DA
AMOSTRA



03.
OPINIÃO SOBRE
AS FAKE NEWS



04.
PRIVACIDADE NAS
REDES SOCIAIS



05.
CONTEÚDOS
NOCIVOS



06.
PRINCIPAIS
RESULTADOS

OBJETIVO

A segunda medição deste estudo tem como objetivo verificar a opinião dos brasileiros sobre alguns assuntos, como:

- ✓ A importância e as responsabilidades de se combater as fake news;
- ✓ O fornecimento de mais dados pessoais no momento de criação de uma conta em rede social;
- ✓ A remoção dos conteúdos violentos pelas redes sociais.

01. METODOLOGIA

TÉCNICA

Pesquisa quantitativa, com abordagem telefônica (C.A.T.I.), mediante aplicação de questionário estruturado, com cerca de 10 minutos de duração.

ABRANGÊNCIA

Pesquisa Nacional.

DATA DO CAMPO

O campo foi realizado entre os dias 16 e 20 de julho de 2020.

UNIVERSO

População brasileira com 16 anos ou mais.

(*) População, 16 anos ou mais, PNAD (2018), estimativa 2019: 164.823.000 habitantes.

(**) A pesquisa telefônica é representativa da população brasileira. Aproximadamente 90% dos brasileiros possuem acesso pelo menos à telefonia celular.

01. METODOLOGIA

Foram realizadas **1533 entrevistas** em todo o Brasil, distribuídas nas cinco regiões do país. A margem de erro máxima para o total da amostra é de 3 pontos percentuais, para mais ou para menos, dentro do nível de confiança de 95%.

Para leitura do total da amostra os dados foram ponderados de acordo com os pesos das regiões brasileiras, com ajuste nas variáveis sexo e idade conforme os dados da PNAD 2018 e da variável escolaridade conforme os dados do consolidado Datafolha, de forma a representar o universo estudado.

AMOSTRA





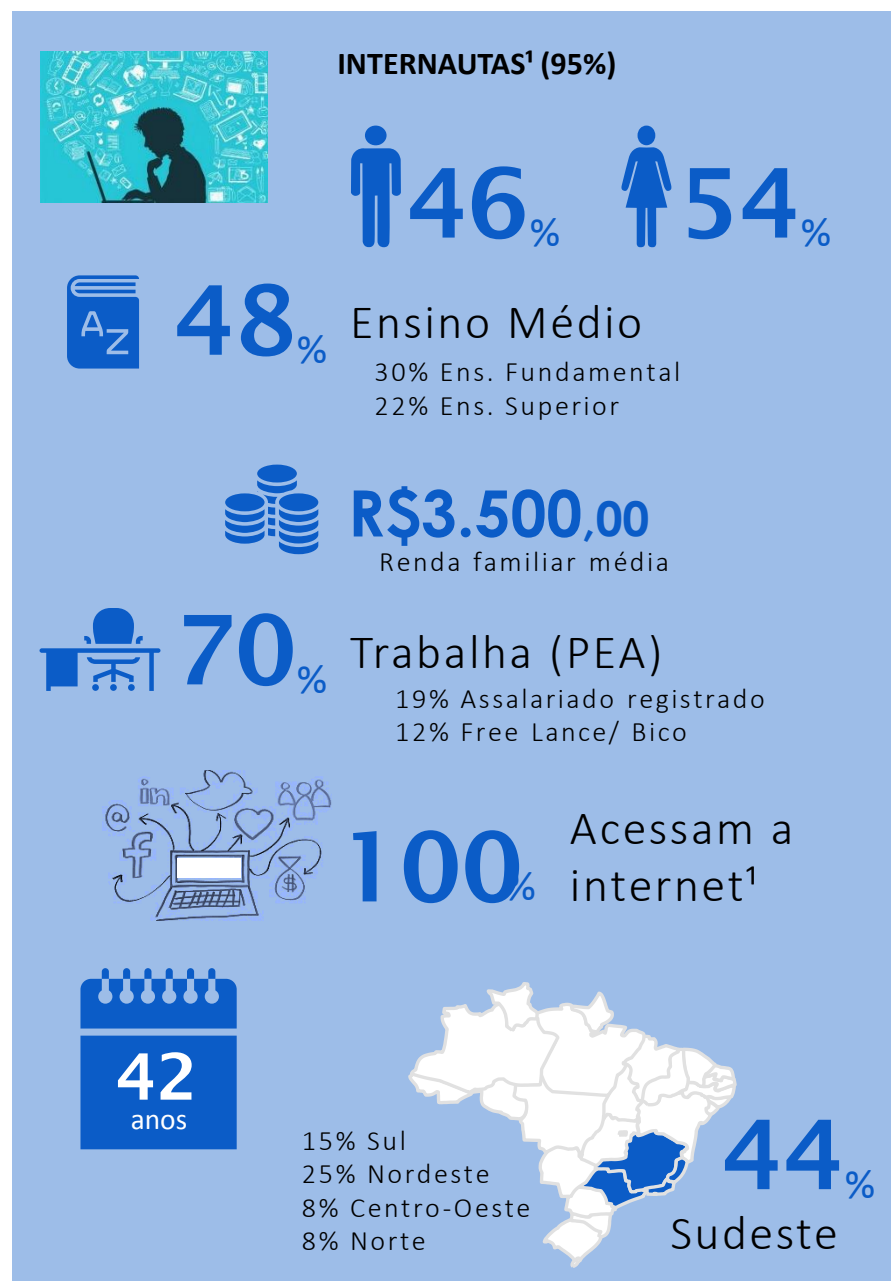
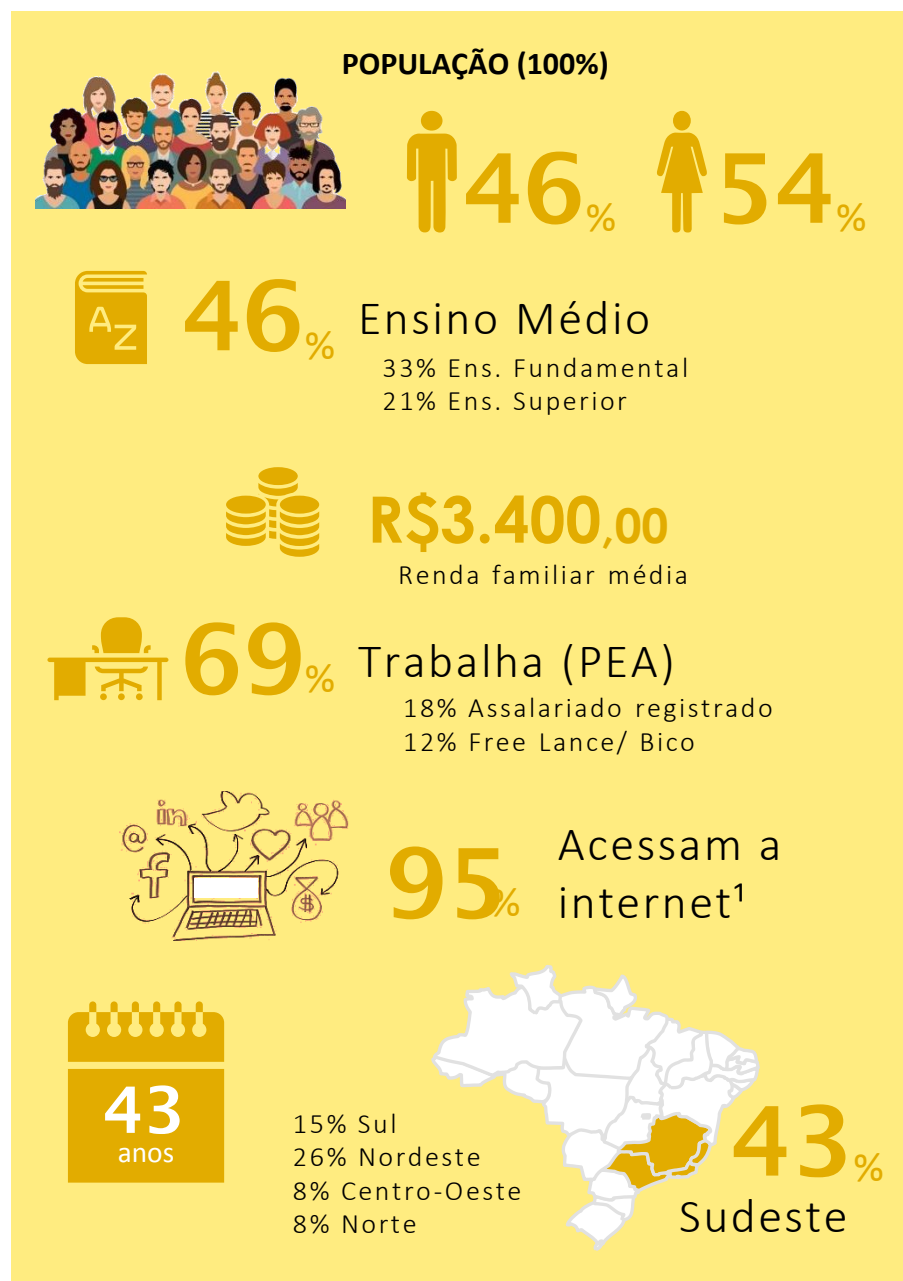
02. PERFIL DA AMOSTRA



02. PERFIL DA AMOSTRA – RESUMO

(Em %)

9



A população com 16 anos ou mais residente no país e com acesso ao telefone é composta em sua maioria por mulheres, pessoas com nível médio de escolaridade e tem média etária de 43 anos.

Grande parcela é economicamente ativa, principalmente assalariados registrados, e a renda média familiar mensal é de R\$3.400,00.

95% acessam a internet por redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagem para se informar, se comunicar ou trabalhar.

Quatro em cada dez brasileiros residem na região Sudeste do país.

Ao comparar os perfis (brasileiros VS. Internautas), nota-se que os internautas são ligeiramente mais escolarizados em relação à população brasileira em geral.

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twitter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar
Base: Onda 2: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

02. PERFIL DA AMOSTRA – RESUMO

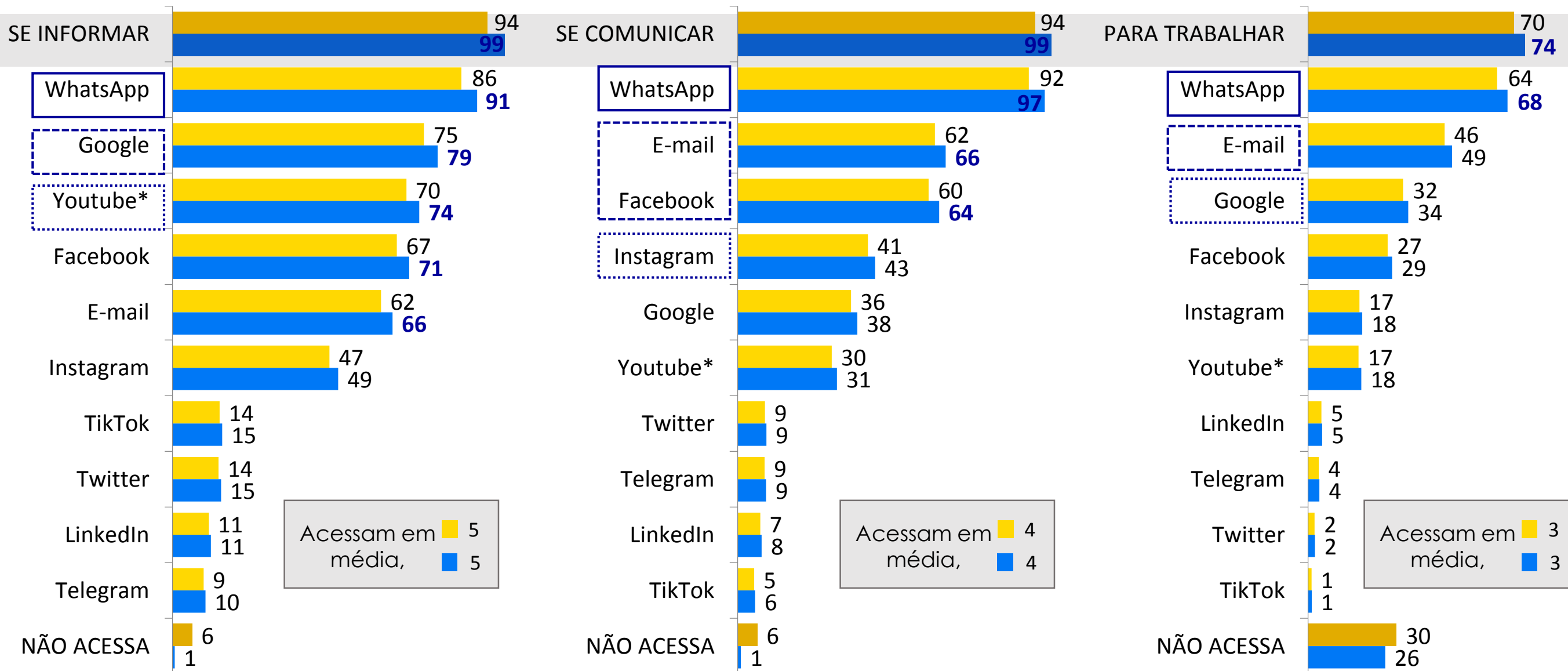
(Estimulada e múltipla, em %)

População

Internautas¹

ACESSO AS REDES SOCIAIS, E-MAIL OU APLICATIVOS DE MENSAGEM PARA...

10



(1) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

(*) Item incluso nesta medição (JUL) | (**) Alteração no enunciado da pergunta

Base: Onda 2: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P1a. Vou ler alguns serviços de Internet e gostaria de saber qual deles você **usa para se informar** _____ | **P1b.** Agora, gostaria de saber qual dos serviços de internet você **usa para se comunicar**: _____ | **P1c.** E, quais dos serviços de Internet você **usa para trabalhar**: _____

02. PERFIL DA AMOSTRA

(Estimulada e múltipla, em %)

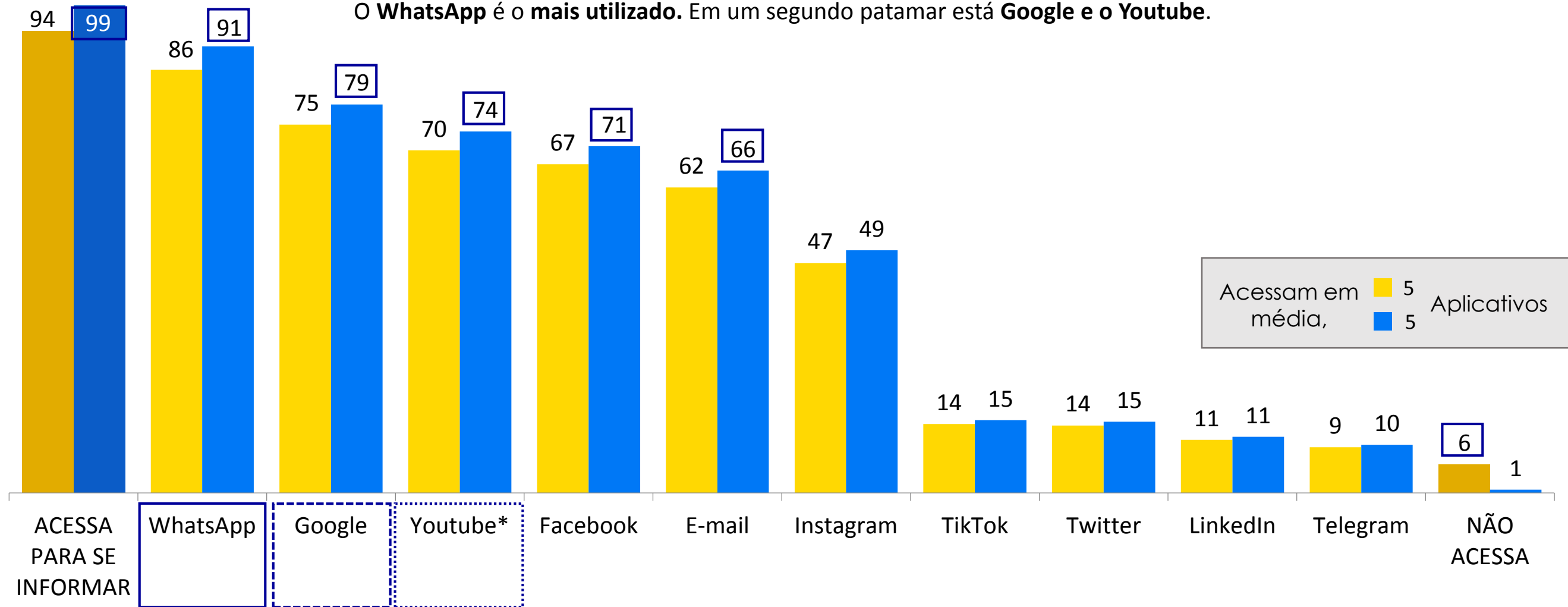
População
Internautas¹

15

Acesso às redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens para se informar**

94% costumam acessar a internet, seja pelas redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens para se informar.

O WhatsApp é o mais utilizado. Em um segundo patamar está Google e o Youtube.



(1) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

(*) Item incluído nesta medição (JUL) | (**) Alteração no enunciado da pergunta

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P1a. Vou ler alguns serviços de Internet e gostaria de saber qual deles você **usa para se informar** : _____

02. PERFIL DA AMOSTRA

(Estimulada e múltipla, em %)

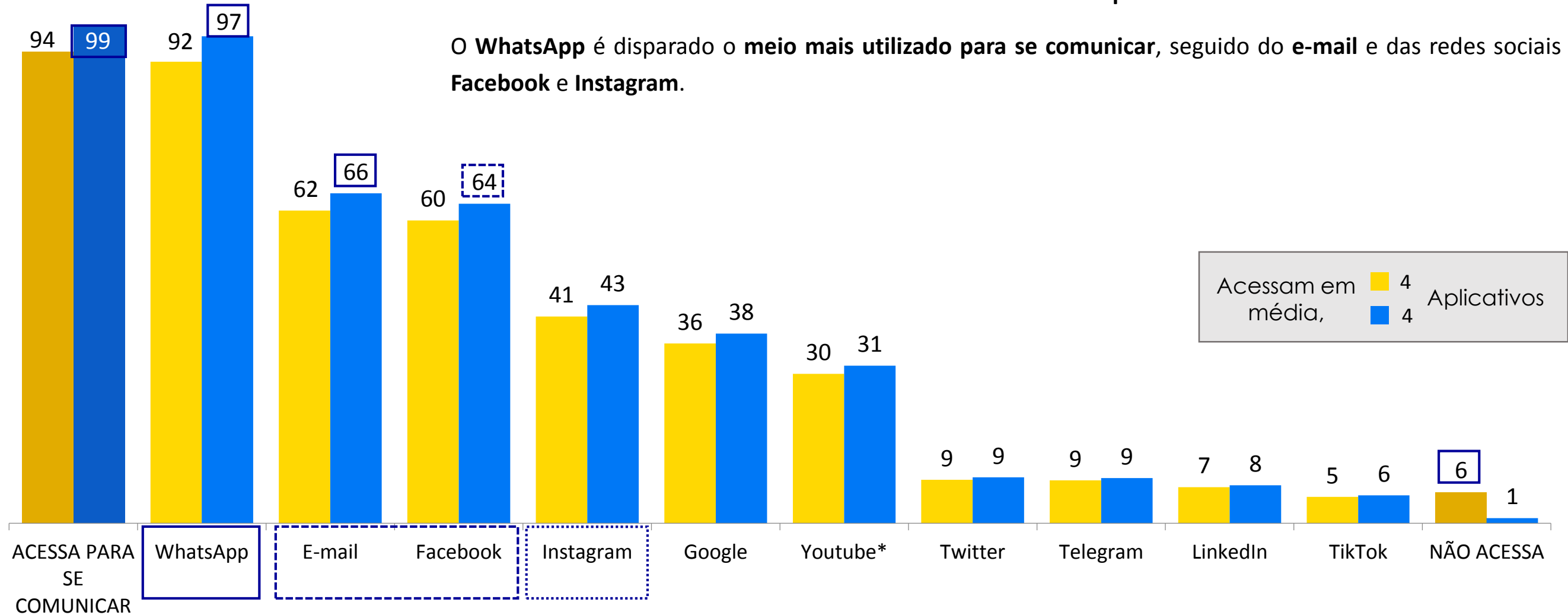
População
Internautas¹

17

Acesso às redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens para se comunicar**

Praticamente a **totalidade** dos entrevistados **utilizam a internet para se comunicar**.

O **WhatsApp** é disparado o **meio mais utilizado para se comunicar**, seguido do **e-mail** e das redes sociais **Facebook** e **Instagram**.



(1) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

(*) Item incluído nesta medição (JUL) | (**) Alteração no enunciado da pergunta

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P1b. Agora, gostaria de saber qual dos serviços de internet você **usa para se comunicar**: _____

02. PERFIL DA AMOSTRA

(Estimulada e múltipla, em %)

População

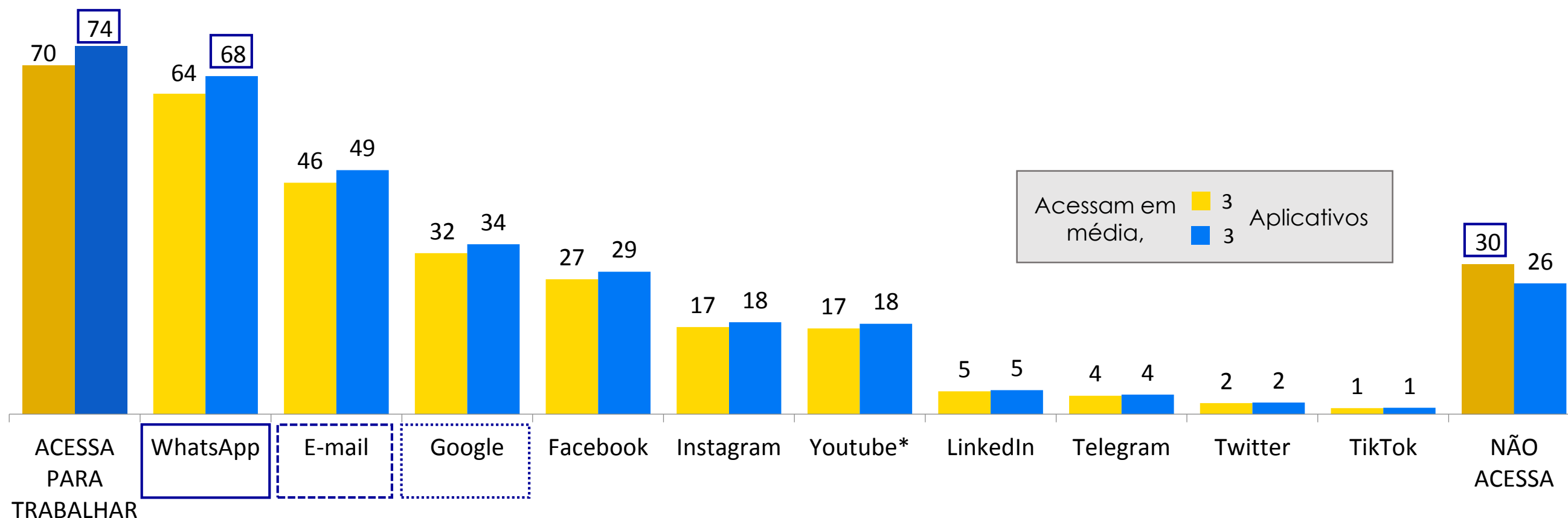
Internautas¹

19

Acesso às redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens para trabalhar

Cerca de 70% dos entrevistados **utilizam as redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagem para trabalhar.**

Se destacam os meios relacionados a comunicação e pesquisa. → **WhatsApp, E-mail e Google.**



(1) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

(*) Item incluído nesta medição (JUL) | (**) Alteração no enunciado da pergunta

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P1c. E, quais desses serviços de Internet você usa para trabalhar: _____

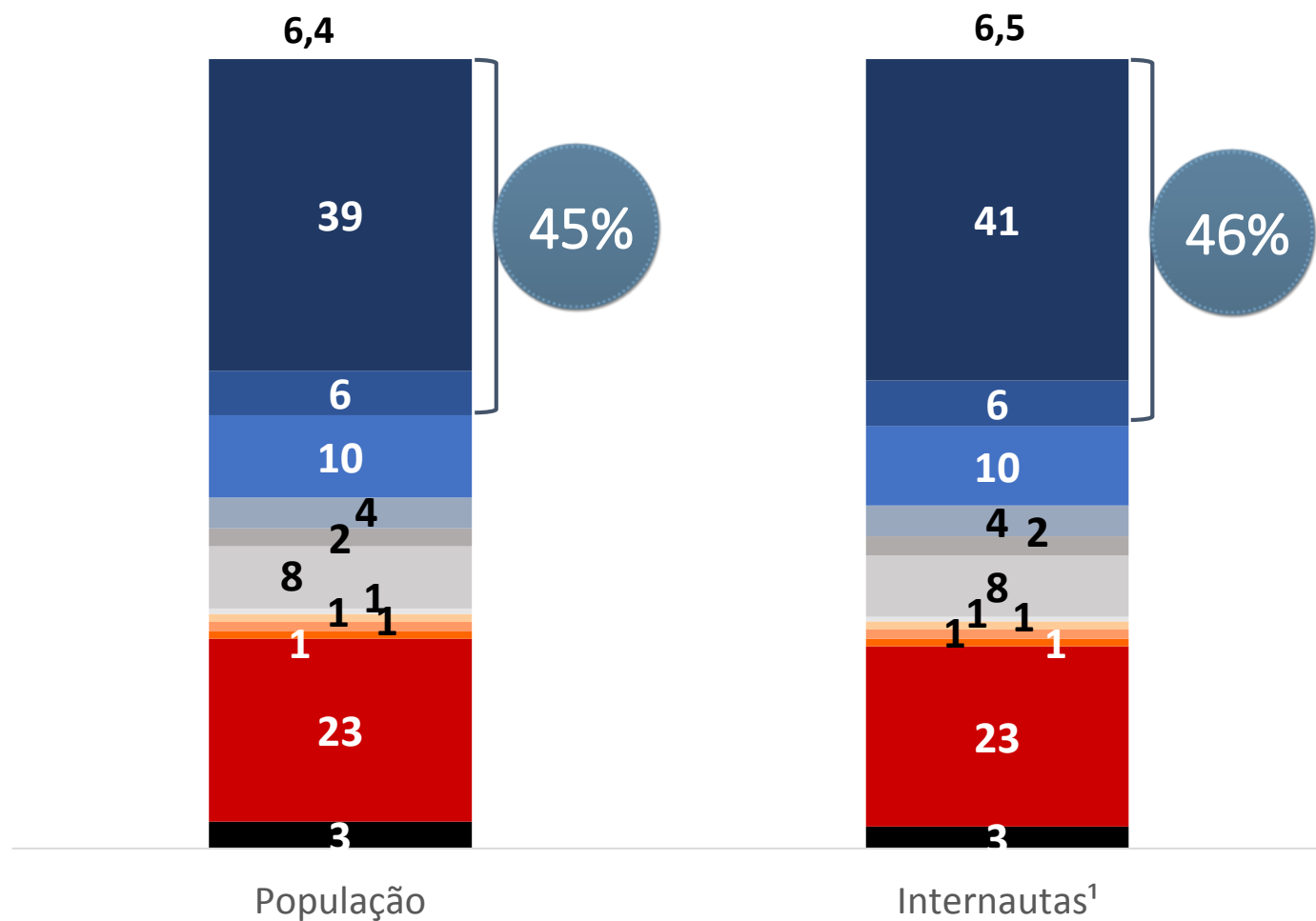


03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

(Estimulada e única, em % - Escala de 11 pontos)

Grau de importância do assunto “Fake news”



Apesar da maioria dos entrevistados ver grande importância na discussão sobre as “fake News”, **não há uma concordância geral do público sobre a importância do assunto.**

Para **45%** dos entrevistados o assunto fake news é importante (Atribuíram notas 9 ou 10 para a importância do assunto). → Destaque para entrevistados **mais jovens**, entrevistados **mais escolarizados**, aqueles residentes nas **regiões metropolitanas** e entre **internautas**.

No entanto, observa-se que para **24%** dos entrevistados o assunto não tem importância (Atribuíram notas 0 ou 1). → destaque para entrevistados **mais velhos** e entrevistados **menos escolarizados**.

E, para **27%** existe certa importância (atribuíram notas entre 8 e 2 para o assunto).

■ Nota 10 - Muito importante ■ Nota 9 ■ Nota 8 ■ Nota 7 ■ Nota 6 ■ Nota 5 ■ Nota 4 ■ Nota 3 ■ Nota 2 ■ Nota 1 ■ Nota 0 - Nada importante ■ Não sabe

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twitter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P3. Nos últimos tempos, o assunto das fake news ou notícias falsas ganhou destaque no noticiário. Pensando nisso e usando uma escala de 0 a 10, em que zero quer dizer que este assunto não é nada importante e dez que ele é muito importante. Na sua opinião, quanto é importante o assunto das fake News?

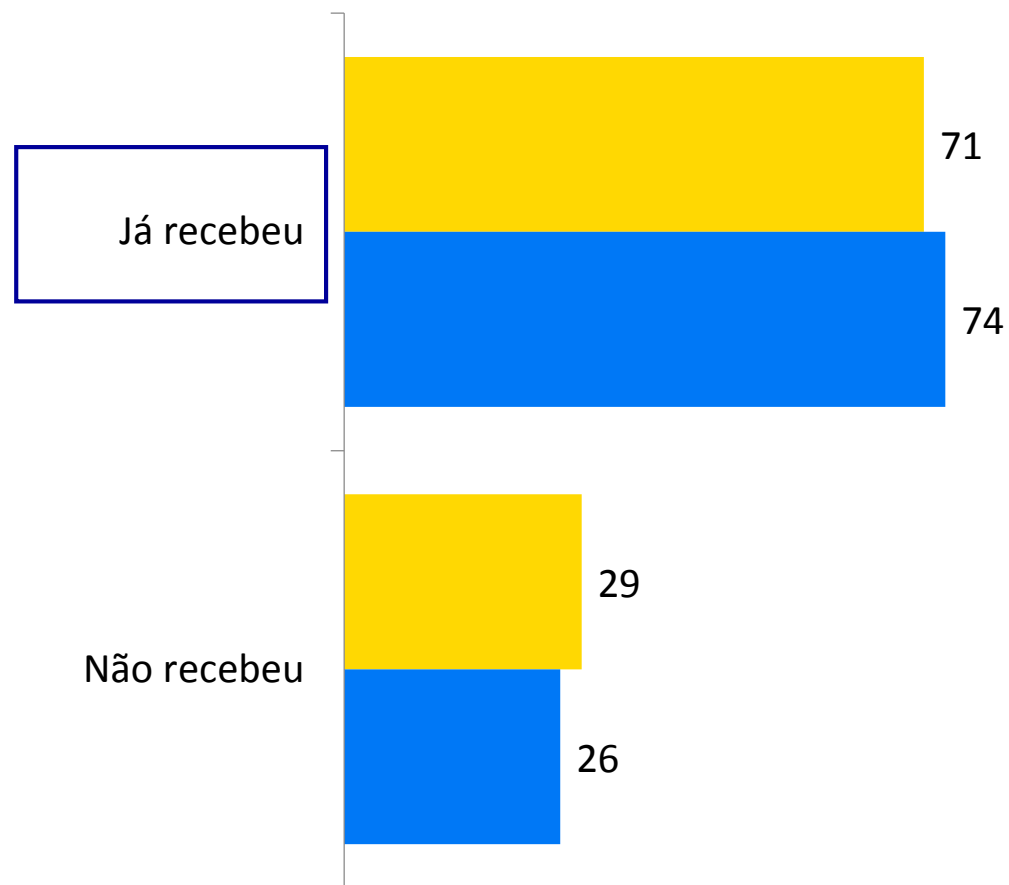
03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

(Estimulada e única, em %)

População

Internautas¹

Se já recebeu de amigos e parentes conteúdo duvidoso



Grande parcela dos entrevistados já recebeu conteúdo duvidoso ou falso de amigos e parentes (71%). → Destaque entre os entrevistados com idade entre **16 a 55 anos**, entrevistados com **ensino superior**, entre os residentes das **regiões metropolitanas** e entre os que **acessam a internet para se informar, se comunicar ou trabalhar**.

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

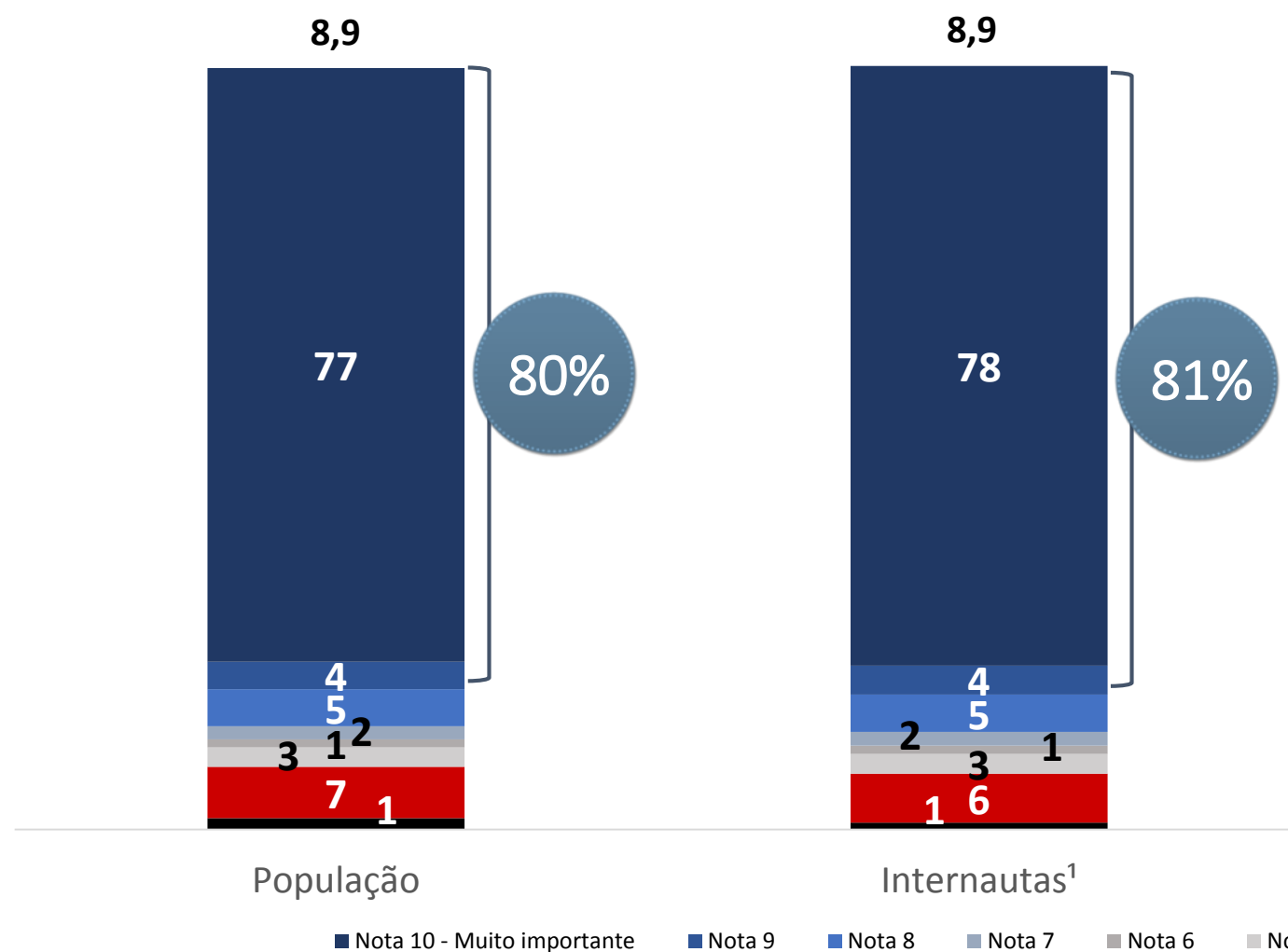
Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P4. Você já recebeu de amigos ou parentes um conteúdo que você considerou duvidoso ou que sabia se tratar de notícia falsa ou fake news?

03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

(Estimulada e única, em % - Escala de 0 a 10)

Grau de importância para a aplicação de punição para os financiadores de fake news



A maioria dos entrevistados vê como **muito importante** a aplicação de algum tipo de punição para os que financiam a criação de conteúdo duvidoso ou falso. → *Principalmente entre as mulheres, entre os entrevistados com escolaridade média e superior e entre os que acessam a internet para se informar, se comunicar ou trabalhar.*

Citações até 1%

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P5. Na sua opinião, quanto você considera importante a aplicação de algum tipo de punição ou multa para aqueles que financiam a criação de conteúdo duvidoso, ou seja, aqueles que pagam para espalhar notícias falsas/ fake news? Por favor, considere uma escala de 0 a 10, em que zero quer dizer que a aplicação de algum tipo de punição não é nada importante e dez que a aplicação de punição é muito importante.

03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

(Estimulada e única, em % - Escala de 0 a 10)

POPULAÇÃO

Grau de importância para a aplicação de punição para os financiadores de fake news

27

	Total	SEXO		IDADE					RENDA FAMILIAR MENSAL					ESCOLARIDADE			REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO		ACESSO A INTERNET ¹		
		Masculino	Feminino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 55 anos	56 ou mais	Até 2 S.M.	Mais de 2 a 3 S.M.	Mais de 3 a 5 S.M.	Mais de 5 a 10 S.M.	Mais de 10 S.M.	Não sabe/ Recusa	Fundamental	Médio	Superior	Sudeste	Sul	Nordeste	Norte/ Centro-Oeste	Região metropolitana	Interior	Acessa	Não acessa
TOP TWO BOXES (Notas 10 + 9)	80	77	83	80	85	86	80	74	79	87	87	82	73	74	73	84	83	80	84	81	77	82	79	81	62
Nota 10 - Muito importante	77	74	79	73	81	83	78	72	75	82	82	79	68	72	72	80	78	77	80	77	73	78	76	78	62
Nota 9	4	3	4	7	4	2	3	2	3	5	5	3	5	2	1	4	5	3	4	4	4	3	4	4	-
Nota 8	5	6	3	8	5	4	5	3	4	3	6	7	11	6	3	5	7	5	5	4	4	5	4	5	5
Nota 7	2	2	1	3	2	2	1	0	2	0	2	2	2	3	0	2	3	2	2	1	2	2	1	2	-
Nota 6	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	3	-	1	1	1	1	-	1	2	1	1	1	-
Nota 5	3	2	3	2	2	2	2	3	2	5	1	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2
BOTTOM TWO BOXES (Notas 0 + 1)	7	8	7	4	3	4	7	14	9	3	3	3	11	7	14	4	4	7	8	7	8	5	9	7	17
Nota Zero - Nada importante	7	7	6	3	3	3	7	13	8	3	3	3	11	7	13	4	4	7	6	7	7	5	8	6	13
NÃO SABE	1	1	2	-	-	1	1	4	2	0	-	-	-	4	4	0	-	1	-	3	2	0	2	1	12
Média	8,9	8,7	9,0	9,0	9,2	9,3	8,8	8,2	8,7	9,2	9,4	9,1	8,4	8,7	8,2	9,2	9,1	8,8	8,9	9,0	8,6	9,0	8,7	8,9	7,7
Base: Total da amostra	1533	727	806	293	324	335	303	278	692	223	205	172	115	126	283	632	618	658	224	395	256	769	764	1493	40

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twitter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

P5. Na sua opinião, quanto você considera importante a aplicação de algum tipo de punição ou multa para aqueles que financiam a criação de conteúdo duvidoso, ou seja, aqueles que pagam para espalhar notícias falsas/ fake news? Por favor, considere uma escala de 0 a 10, em que zero quer dizer que a aplicação de algum tipo de punição não é nada importante e dez que a aplicação de punição é muito importante.

03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

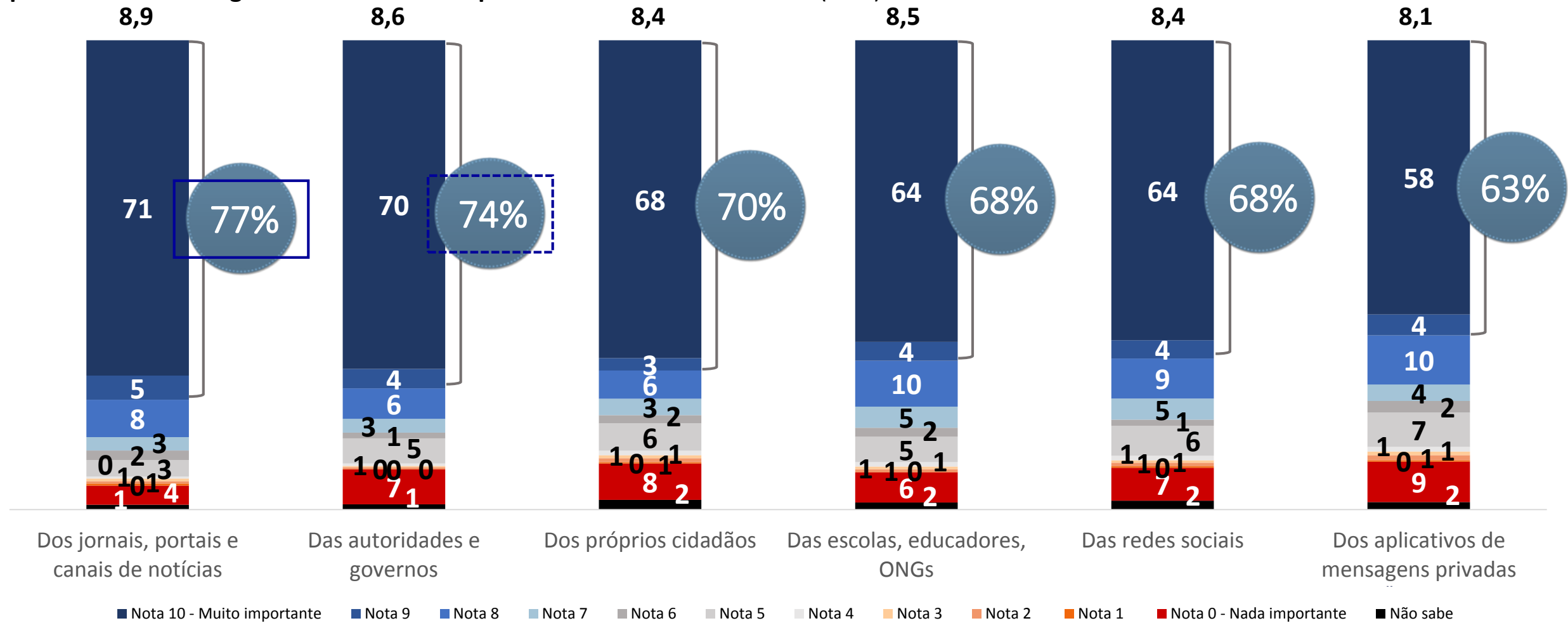
(Estimulada e única, em % - Escala de 11 pontos)

Grau de responsabilidade no combate à divulgação das fake news*

- População -

De modo geral entre os entrevistados, **todos os grupos estimulados têm seu grau de responsabilidade no combate à divulgação das fake news**, principalmente os **jornais, portais e canais de notícias (77%)** e as **autoridades e governos (74%)**.

Os **aplicativos de mensagens** são os **menos responsabilizados** neste combate (63%).



(**) Alteração no enunciado da pergunta
 Base: Total da amostra – 1533 entrevistas

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

P6. Na sua opinião, qual é o grau de responsabilidade _____ (LEIA O ATRIBUTO) no esforço para diminuir a divulgação de notícias falsas/ fake news? Por favor, considere uma escala de 0 a 10, em que zero quer dizer nada responsável e dez muito responsável

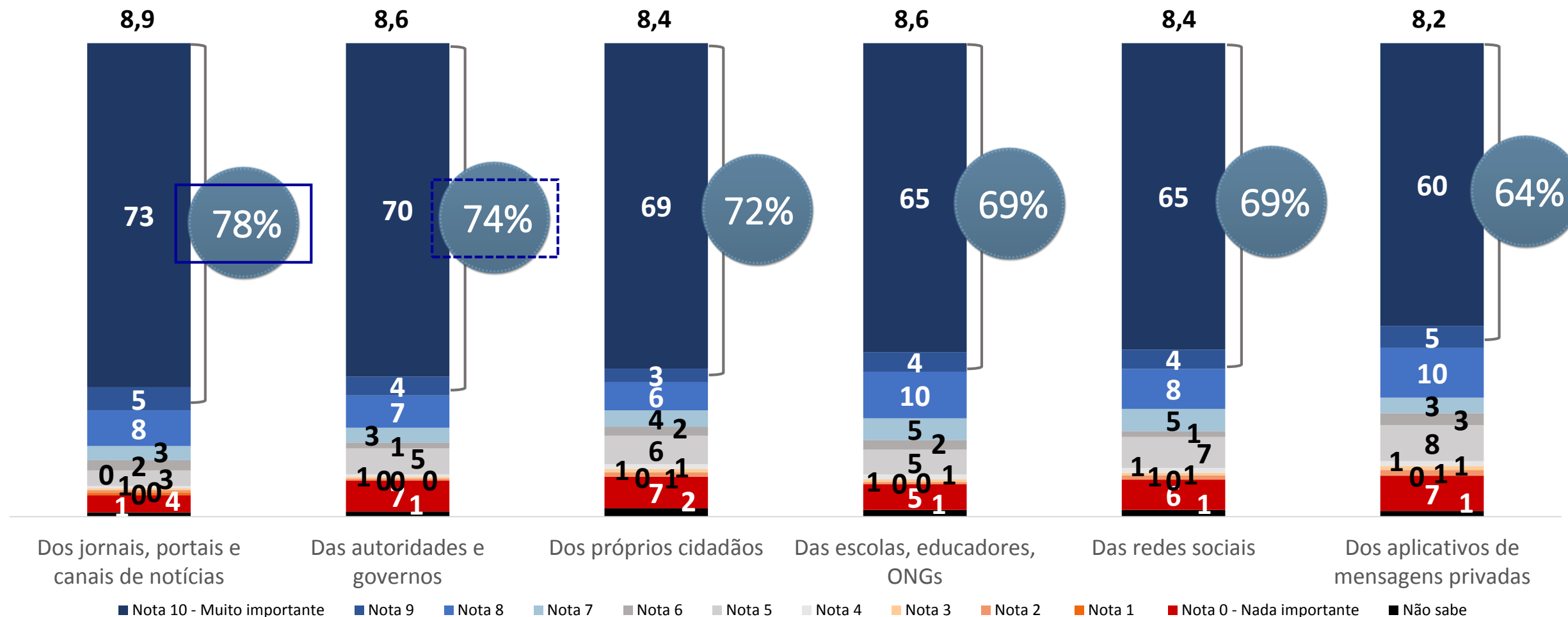
03. OPINIÃO SOBRE AS FAKE NEWS

(Estimulada e única, em % - Escala de 11 pontos)

Grau de responsabilidade no combate a divulgação das fake news*

- Internautas¹ -

Apesar de serem **mais críticos**, nota-se que o **mesmo ranking de grau de responsabilidade** é visto entre os entrevistados que **acessam a internet** para se comunicar, se informar ou trabalhar e a **amostra em geral**.



(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

(*) **Mudança de algumas palavras no enunciado**

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

Base: nternautas¹ – 1493 entrevistas.

P6. Na sua opinião, qual é o grau de responsabilidade _____ (**LEIA O ATRIBUTO**) no esforço para diminuir a divulgação de notícias falsas/ fake news? Por favor, considere uma escala de 0 a 10, em que zero quer dizer nada responsável e dez muito responsável



04. PRIVACIDADE NAS REDES SOCIAIS

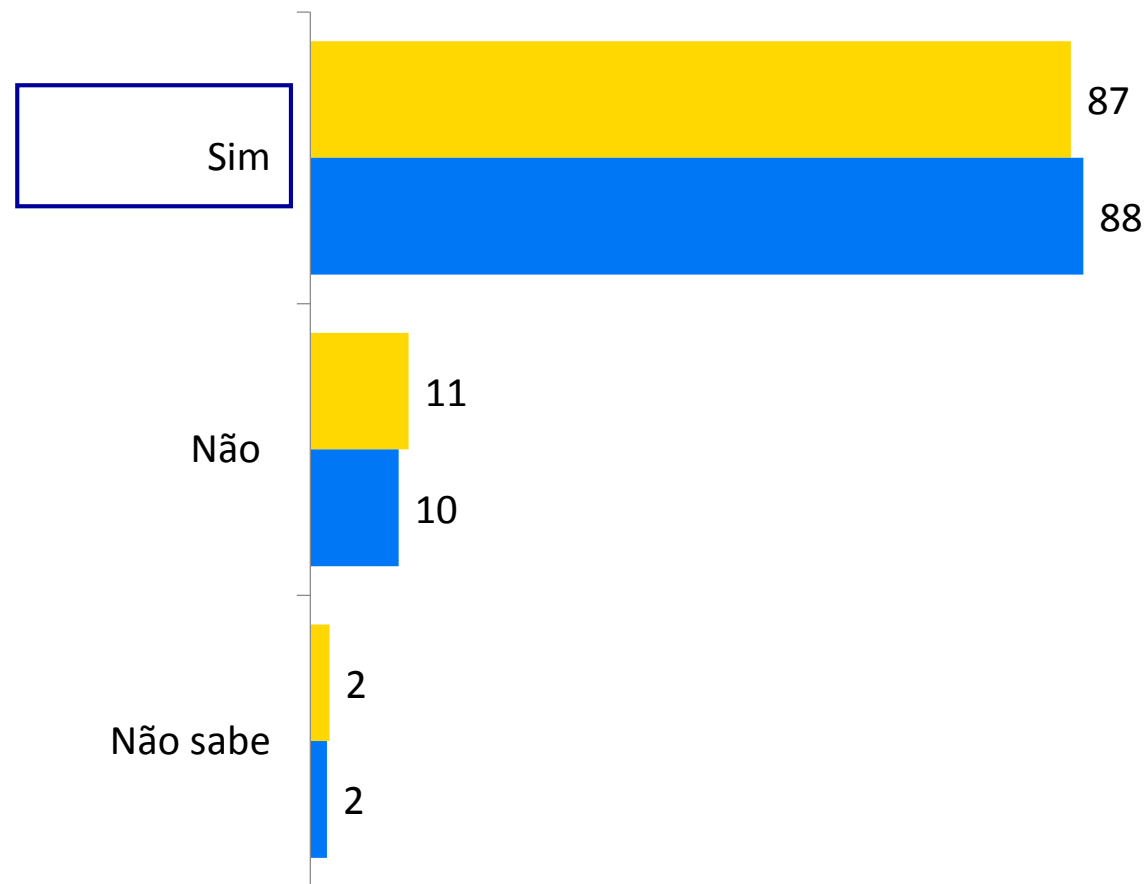
04. PRIVACIDADE NAS REDES SOCIAIS

(Estimulada e única, em %)

População
Internautas¹

34

As pessoas têm o direito de ter uma conversa privada no WhatsApp e em outros aplicativos de mensagens sem que suas mensagens sejam rastreadas?



Na opinião de **grande parcela** dos entrevistados **uma pessoa tem o direito de ter uma conversa privada nos aplicativos de mensagem (87%)**. → *Percepção que se destaca entre as **mulheres**, nas pessoas com idade entre **16 e 55 anos**, os entrevistados com **ensino médio e superior** e entre os **internautas**.*

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P2. Na sua opinião, as pessoas têm ou não o direito de ter uma conversa privada no WhatsApp e em outros aplicativos de mensagens sem que suas mensagens sejam rastreadas?

04. PRIVACIDADE NAS REDES SOCIAIS

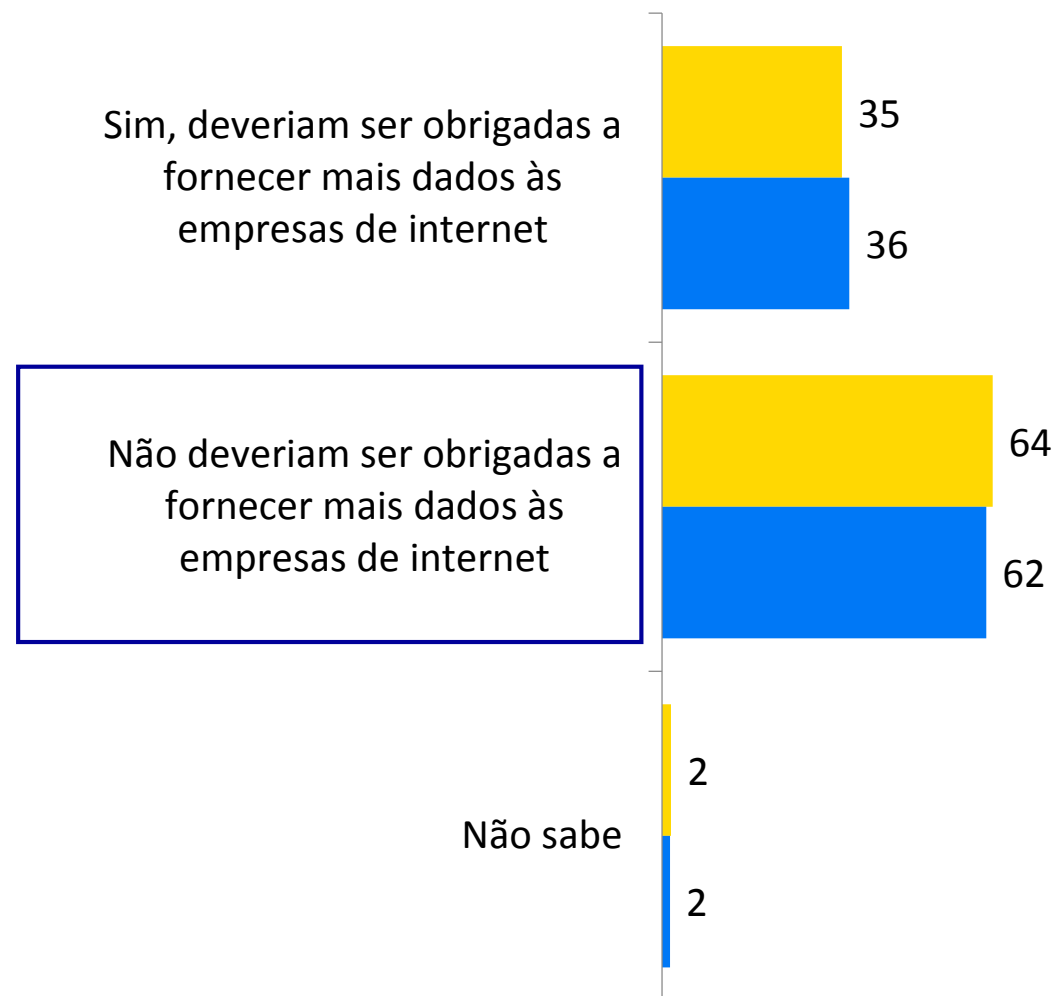
(Estimulada e única, em %)

População

Internautas¹

Se os usuários deveriam ser obrigados a fornecer mais dados pessoais para a criação de uma conta em rede social

36



Cerca de **60%** dos entrevistados são **contrários à ideia de fornecer mais dados pessoais** para a **criação de uma conta em rede social**.

Entre os **favoráveis a essa ideia**, se destacam **homens**, entrevistados **mais escolarizados**, entre o **moradores das regiões metropolitanas** do país e entre os **internautas** que acessam a internet para se comunicar, se informar ou trabalhar.

(1)Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P8. Hoje para criar uma conta numa rede social as pessoas costumam informar dados como e-mail, nome e número de telefone celular. Você diria que as pessoas deveriam ser obrigadas a fornecer mais dados pessoais, como o documento de identidade, para criar uma conta em uma rede social?



05. CONTEÚDOS NOCIVOS



05. CONTEÚDOS NOCIVOS

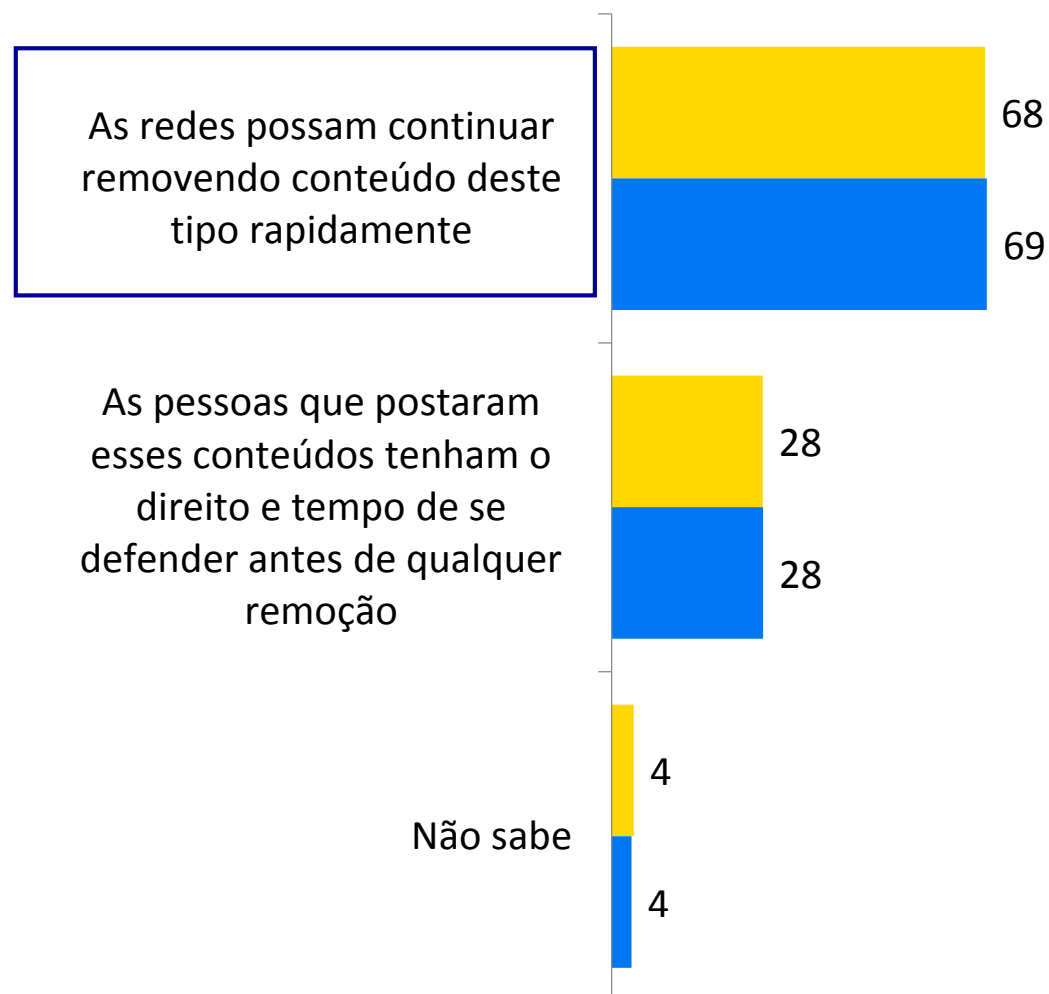
(Estimulada e única, em %)

População

Internautas¹

39

Remoção de conteúdos NOCIVOS das redes sociais



Aproximadamente dois terços dos entrevistados declararam que as redes sociais devem continuar removendo conteúdos nocivos rapidamente (68%). → Opinião que se destaca entre os homens, entre os entrevistados com nível superior de escolaridade e entre os que moram nas regiões metropolitanas.

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

Devido aos arredondamentos os resultados contidos nos gráficos e tabelas deste tipo de pergunta (resposta única) não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%.

Base: Total da amostra – 1533 entrevistas | Internautas¹ – 1493 entrevistas.

P7. Atualmente as redes sociais não permitem e removem conteúdos de violência explícita, exploração infantil, promoção de suicídio, entre outros conteúdos nocivos. Na sua opinião, é mais importante que _____ (LEIA ATÉ A INTERROGAÇÃO)?



06. PRINCIPAIS RESULTADOS






06. PRINCIPAIS RESULTADOS

95% dos entrevistados declararam **utilizar a internet** seja para **se informar, se comunicar ou trabalhar**. → *Percentual que corresponde a aproximadamente 156 milhões de brasileiros.*

42

Dentre os meios estimulados, o **WhatsApp** é o **mais utilizado** na realização dessas tarefas. Seguido do **e-mail** e do **Google**. Redes sociais como o **Youtube**, **Facebook** e **Instagram** aparecem em **momentos mais específicos**, como **se informar** no caso do **Youtube** e **se comunicar** para **Facebook** e **Instagram**.

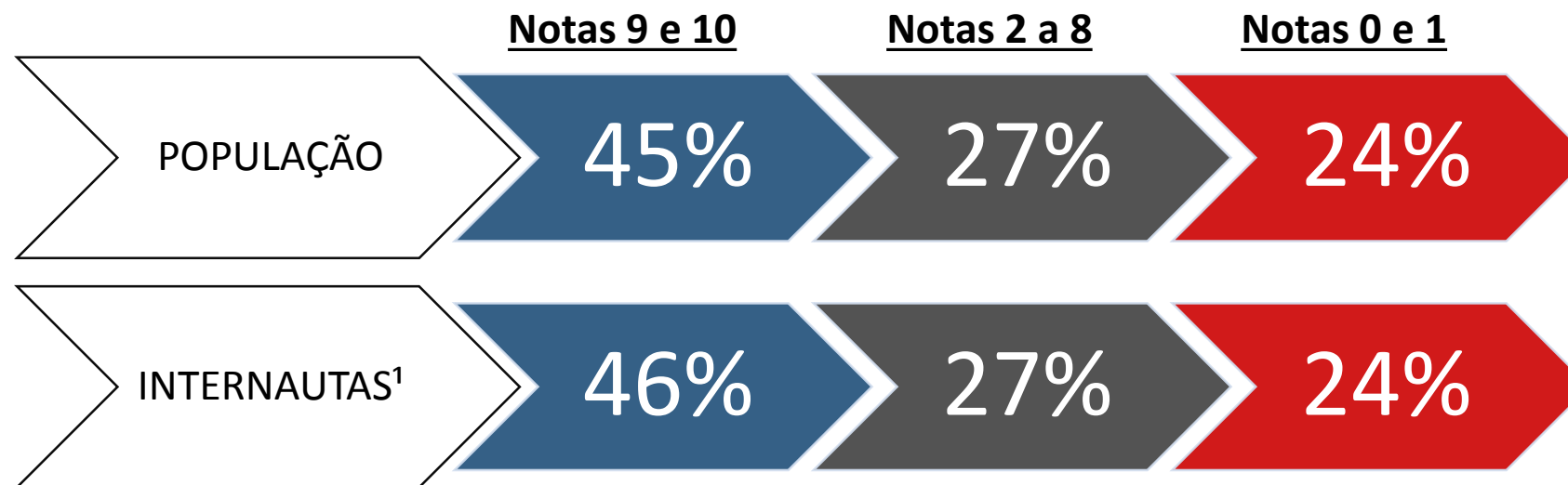
População

ACESSA PARA...	SE INFORMAR (94%)	SE COMUNICAR (94%)	PARA TRABALHAR (70%)
	86%	92%	64%
	75%	36%	32%
	70%	30%	17%
	67%	60%	27%
E-mail	62%	62%	46%
	47%	43%	17%

06. PRINCIPAIS RESULTADOS

Cerca de **metade** vê **importância** no assunto **Fake News** (45%), enquanto a outra metade **se divide** entre os que **não veem nenhuma importância** (24%) e os que veem certa importância (27%) → *Percepção similar é vista entre os internautas.*

43



Mesmo **não havendo unanimidade sobre a importância do assunto “fake news”**, quando questionados sobre o recebimento de conteúdo duvidoso ou notícias falsas por parte de amigos e parentes, 71% declaram já ter recebido esse tipo de material.

E **são rigorosos** sobre a **importância de haver punição para os que financiam a criação de notícias falsas** → 80% atribuem notas 9 ou 10 para a importância de punição para esses casos.

Pode-se dizer que os entrevistados veem **responsabilidade de todos no combate à divulgação de notícias falsas/ fake news**, mas principalmente dos **jornais, portais e canais de notícias** (77%) e das **autoridades e governos** (74%).

Os **demais público** apresentaram taxas em **torno dos 70%** (próprios cidadãos – 70%, escolas, ONGs – 68%, Redes sociais – 68%), com exceção dos **aplicativos de mensagens privadas** que obtiveram **menor responsabilização** (63%). → *Apesar de mais críticos, mesmo ranking foi observado entre os internautas.*

(¹) Entrevistados que acessam redes sociais, e-mail ou aplicativos de mensagens (E-mail, Facebook, Google, Instagram, LinkedIn, Snahat, Telegram, Tik Tok, Twiter e WhatsApp) para se informar, se comunicar ou trabalhar

06. PRINCIPAIS RESULTADOS

Quase a totalidade dos entrevistados **concordaram que uma pessoa tem o direito de ter uma conversa privada** nos aplicativos de mensagem (87%)

44

A **maioria** dos entrevistados **se opõe à ideia de fornecer mais informações pessoais** às redes sociais para a criação de uma conta (64%), enquanto para uma **parcela menor** (35%) as pessoas deveriam ser **obrigadas a fornecer mais dados**.

E cerca de **sete em cada dez** entrevistados (68%) são a **favor** de que as **redes sociais** continuem **excluindo os conteúdos nocivos rapidamente**.

Por fim...

FAKE NEWS - Por mais que **não seja unânime a percepção da importância de se discutir o assunto**, os entrevistados **têm certa noção do impacto de uma notícia falsa**, tanto que **apoiam a punição de quem cria esse tipo de informação**. Além disso, **por mais que saibam de sua responsabilidade na divulgação**, acreditam que tanto **os meios de comunicação (jornais, portais e canais de notícias)**, quanto **as autoridades e governos são mais responsáveis no combate à divulgação** deste tipo de informação que as **redes sociais e os aplicativos de mensagens**.

PRIVACIDADE NAS REDES SOCIAIS – Existe uma ampla maioria **em defesa da questão da privacidade**. Entretanto, parte dos entrevistados **não vê problema em fornecer maiores informações na abertura de contas e defende a exclusão de conteúdos nocivos** sem necessidade de **ter que aguardar uma eventual defesa** antes da exclusão, **indicando confiança na gestão das empresas responsáveis pelas redes sociais**.

facebook