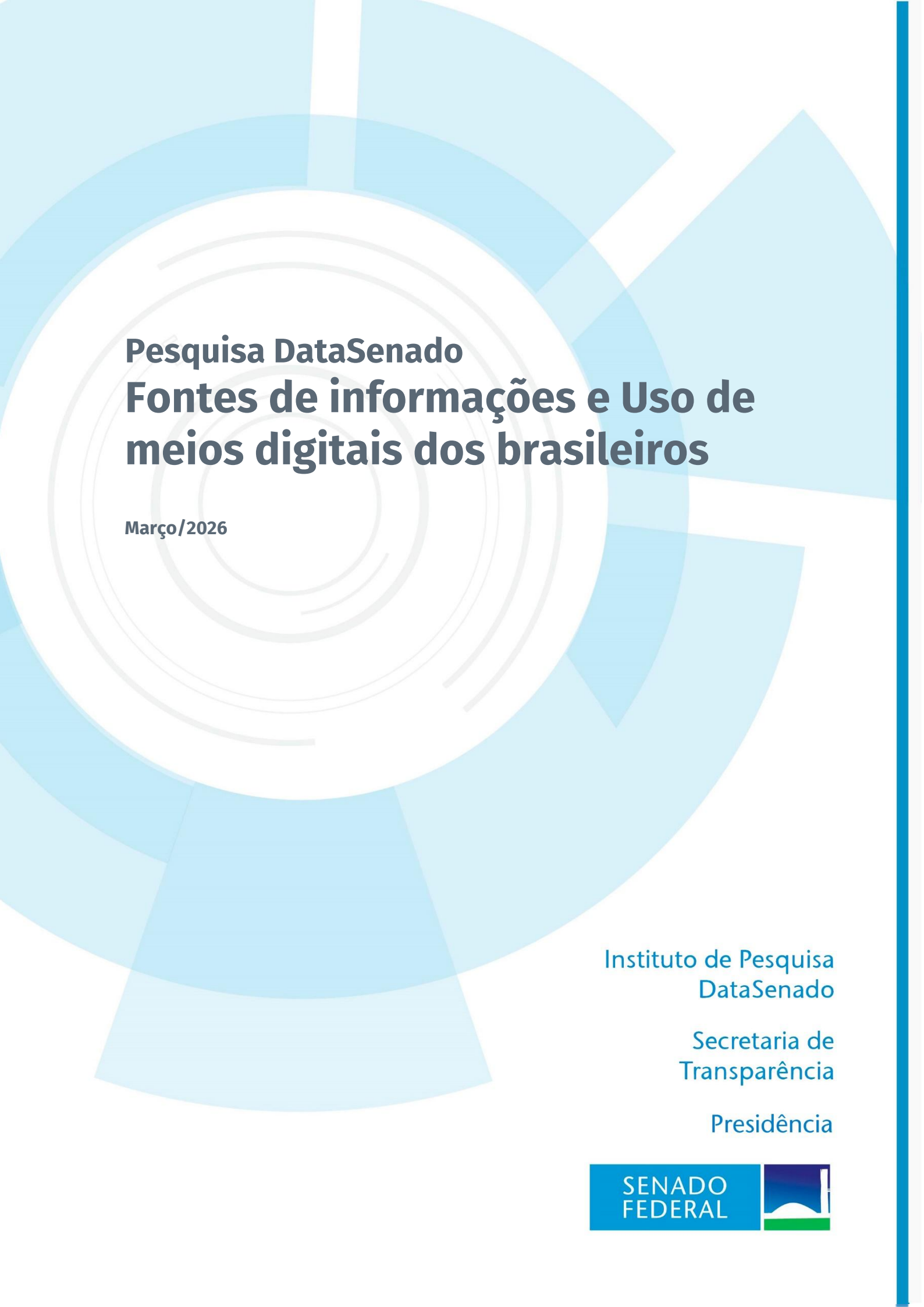




Pesquisa DataSenado **Fontes de informações e Uso de** **meios digitais dos brasileiros**

Março/2026

Instituto de Pesquisa
DataSenado

Secretaria de
Transparência

Presidência

SENADO
FEDERAL



Fontes de informações e Uso de meios digitais dos brasileiros

O [Instituto de Pesquisa DataSenado](#) realizou pesquisa nacional que analisou, dentre outros temas, como os brasileiros se informam sobre notícias e atualidades. Entre os dias 21 de fevereiro e 1º de março de 2025, 5.039 cidadãos foram entrevistados por telefone, selecionados por meio de amostragem aleatória estratificada da população brasileira com 16 anos ou mais, ou seja, entre mais de 170 milhões de pessoas (170.859.100).

A pesquisa buscou identificar os meios de comunicação mais utilizados pela população para acompanhar acontecimentos do país e do mundo, bem como compreender como diferentes grupos sociais se informam. Essas informações ajudam a contextualizar o ambiente em que a opinião pública é formada.

Método¹

As amostras do DataSenado são totalmente probabilísticas. Nas entrevistas, são feitas perguntas que permitem estimar a margem de erro para cada um dos resultados divulgados, calculados com nível de confiança de 95%. Dessa forma, não existe uma única margem de erro para toda a pesquisa, aproximação usual em pesquisas que não são totalmente probabilísticas, ao contrário desta. Para esta pesquisa, foram calculadas margens de erro médias específicas para cada grupo de análise (Quadro 1). As entrevistas foram distribuídas proporcionalmente por todas as unidades da Federação, por meio de ligações para telefones fixos e móveis.

Quadro 1: "Média e desvio padrão das margens de erro por grupo ou subgrupo de amostra" - 2025			
	Média da margem de erro	Desvio padrão da margem de erro	Tamanho da (sub)amostra
Pergunta sobre a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades.	1,24 p.p.	0,73 p.p.	5.039
Perguntas sobre o meio digital utilizado como principal fonte de informação sobre notícias e atualidades.	1,29 p.p.	0,85 p.p.	2.944

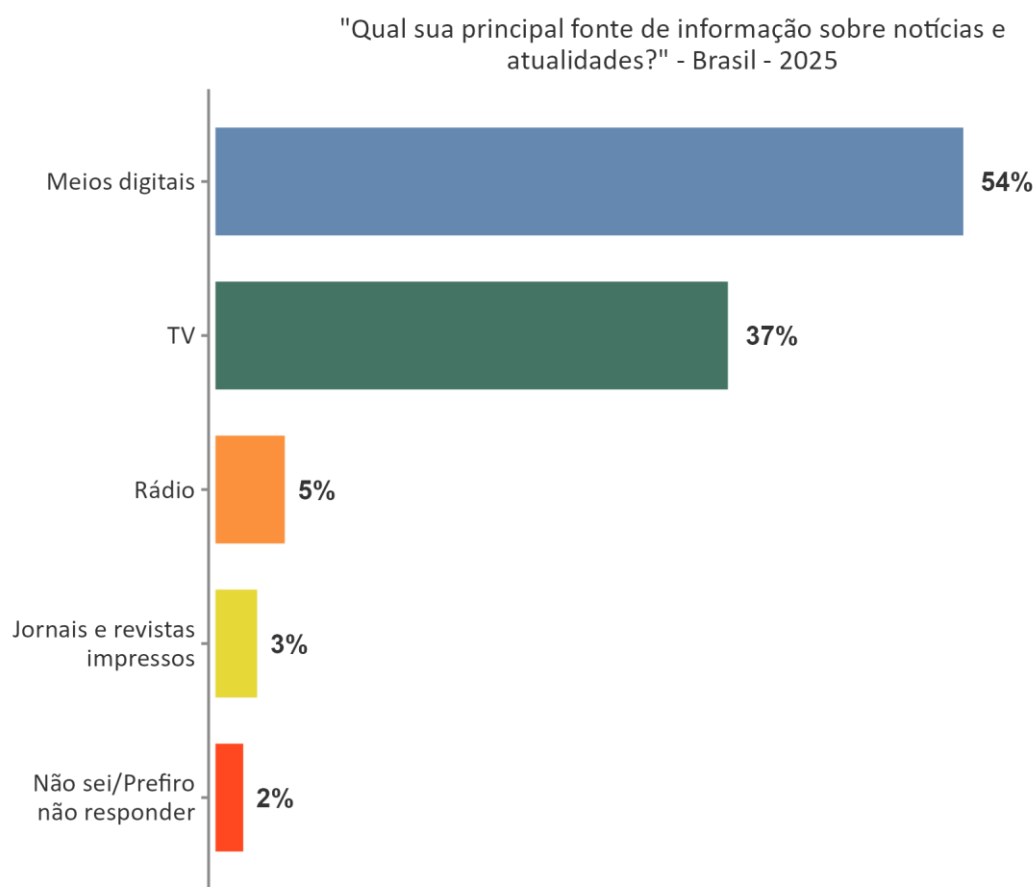
¹ Ver descrição detalhada do método no **Anexo 2** ao final do relatório.

Meios Digitais e TV são as principais fontes de informação dos brasileiros

Esta pesquisa nacional entrevistou brasileiras e brasileiros, com 16 anos ou mais, sobre como os brasileiros buscam notícias e atualidades.

Os resultados mostram que os meios digitais já são a principal fonte de informação para a maioria da população. Mais da metade dos brasileiros (54%) declara recorrer às plataformas digitais para se manter informada. A TV aparece em segundo lugar, preferida por 37%, enquanto rádio e jornais e revistas impressos somam juntos apenas 8%.

GRÁFICO 1

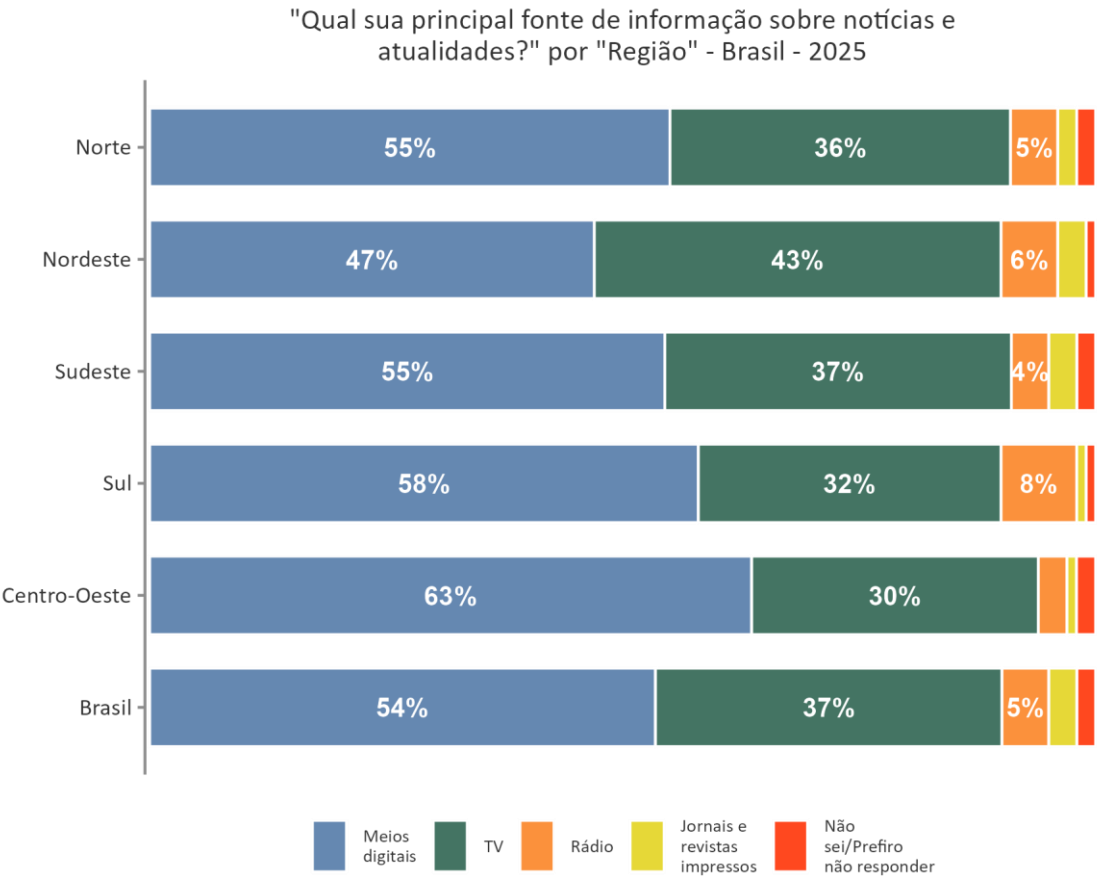


Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Regiões mais digitalizadas do país

As diferenças regionais mostram um Brasil com padrões informacionais distintos, embora nem todas as variações sejam estatisticamente significativas (Vide Tabela 1 do Anexo II). Nas regiões Centro-Oeste (63%), Sul (58%) e Sudeste (55%), o uso dos meios digitais como principal fonte de notícias é mais elevado, e em todos esses casos fica significativamente acima do verificado no Nordeste (47%). Entre Norte, Centro-Oeste, Sul e Sudeste, porém, as diferenças não são estatisticamente significativas, devido à sobreposição dos intervalos das margens de erro.

GRÁFICO 2

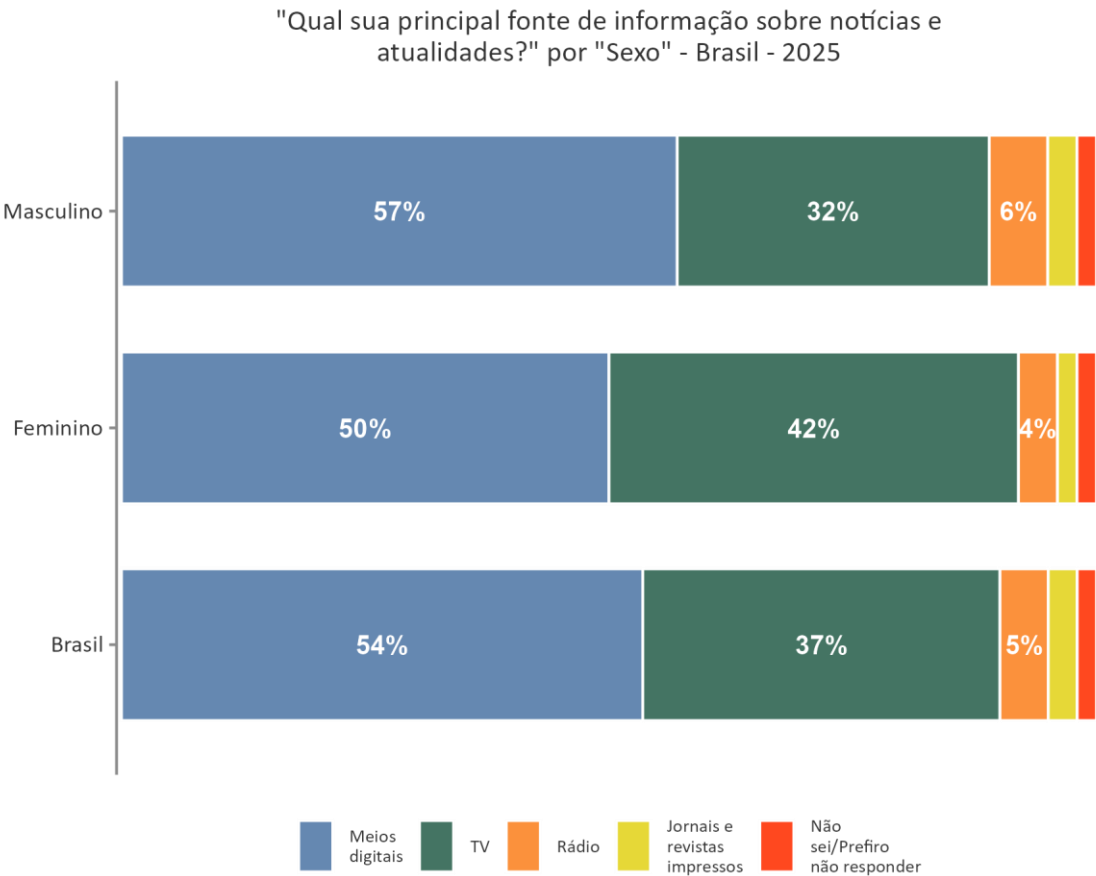


Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Homens usam mais meios digitais, Mulheres usam mais TV

Homens e mulheres apresentam padrões informacionais distintos: 57% dos homens usam meios digitais como principal fonte de notícias, enquanto entre as mulheres esse percentual é menor, 50% (Vide Tabela 2 do Anexo II); por outro lado, a TV é mais presente entre elas, alcançando 42%, contra 32% entre os homens. O uso do rádio e de jornais impressos permanece baixo em ambos os grupos, com pequenas variações. Esses dados mostram que, embora os meios digitais liderem para os dois sexos, os homens são mais digitalizados, enquanto as mulheres mantêm maior vínculo com a TV.

GRÁFICO 3



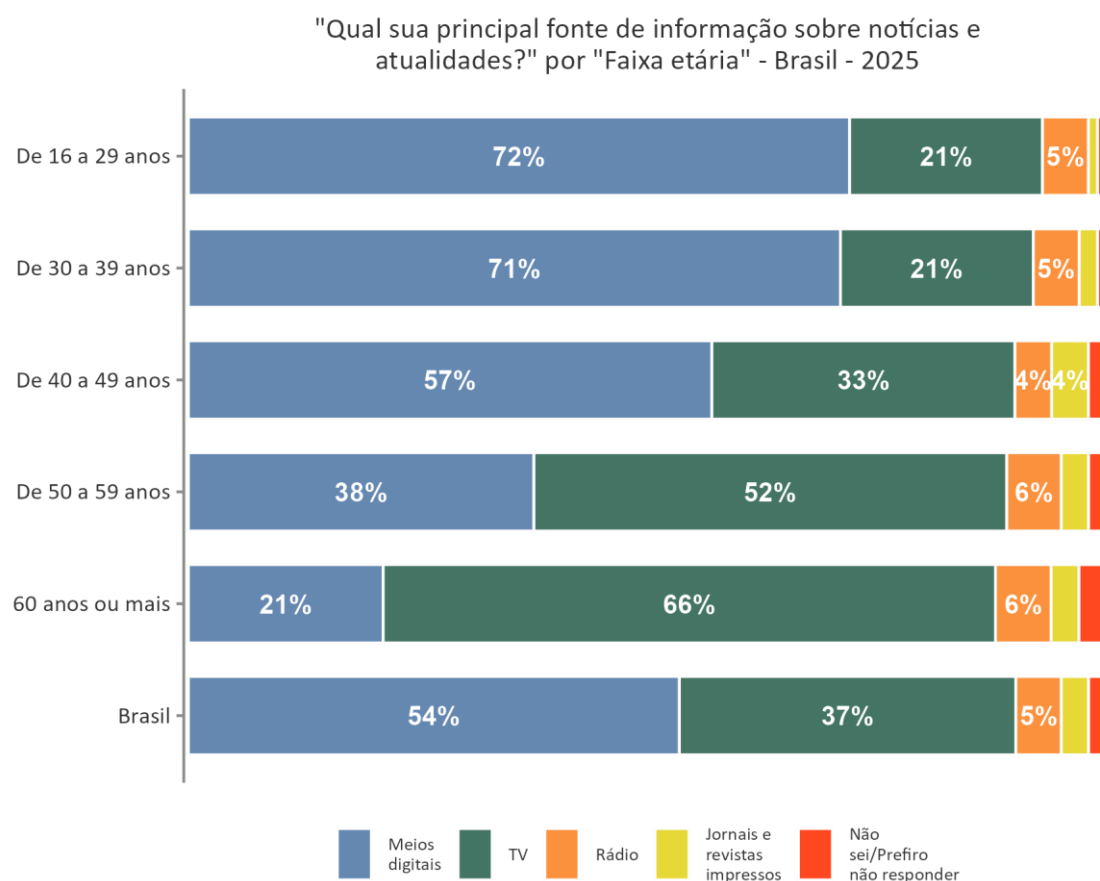
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Quanto maior a idade, menor a digitalização, e mais forte a presença da TV

Entre os mais jovens, de 16 a 29 anos, 72% utilizam meios digitais como principal fonte de notícias, enquanto apenas 21% das pessoas com 60 anos ou mais fazem essa escolha; nesse grupo, a TV domina amplamente, sendo citada por 66% dos idosos (Vide Tabela 3 do Anexo II).

Nas idades intermediárias, observa-se uma transição gradual: o uso de meios digitais cai de 71% entre pessoas de 30 a 39 anos para 57% entre 40 e 49 anos, chegando a 38% entre 50 e 59 anos, ao passo que a TV como fonte de informação cresce progressivamente nessas faixas etárias. Essa dinâmica revela que quanto maior a idade, menor a digitalização, e mais forte a presença da TV como referência informacional.

GRÁFICO 4



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

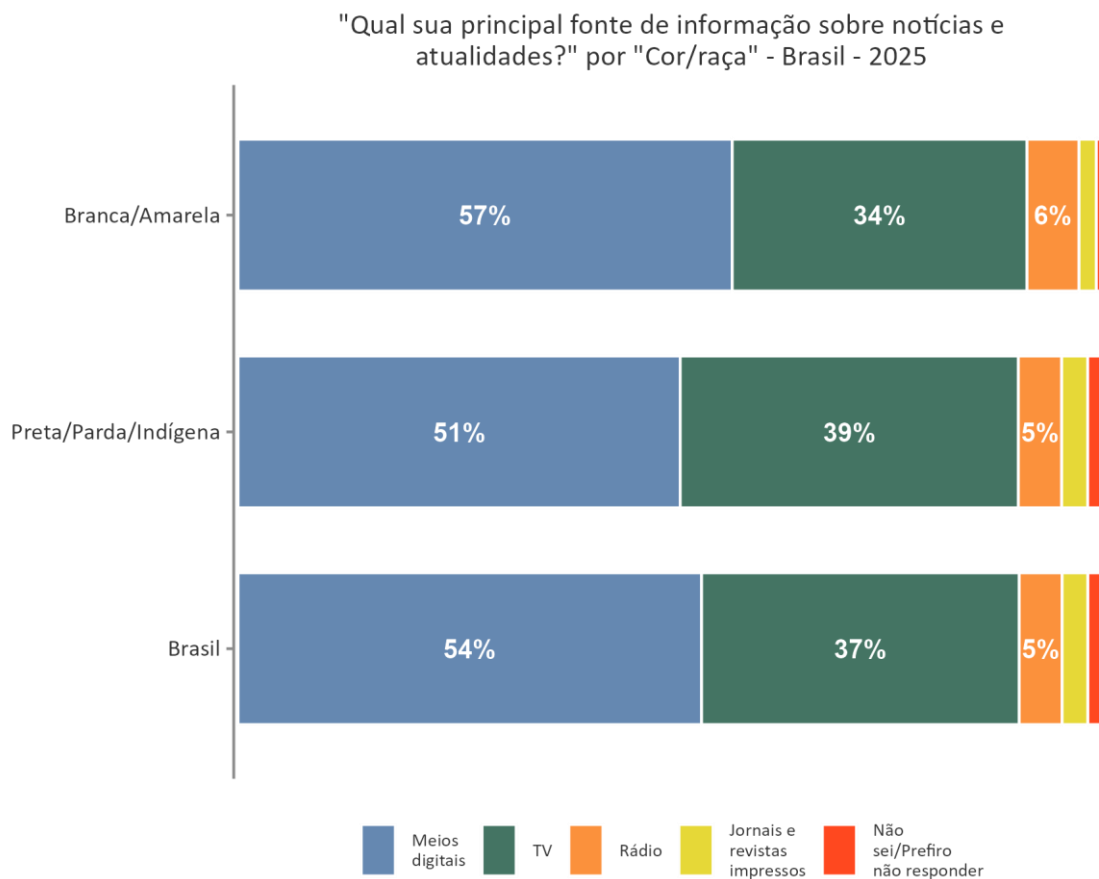
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Uso de meios de informação é semelhante entre grupos raciais

A análise por cor/raça mostra que os padrões de informação da população são bastante próximos entre os grupos. O uso dos meios digitais como principal fonte de notícias é de 57% entre pessoas brancas ou amarelas e 51% entre pretas, pardas ou indígenas, mas essa diferença não é estatisticamente significativa, dado o intervalo de confiança das estimativas (Vide Tabela 4 do Anexo II). A mesma situação ocorre no uso da TV, citada por 34% das pessoas brancas/amarelas e 39% das pretas/pardas/indígenas, também sem diferença estatisticamente confirmada.

Rádio, jornais impressos e outras fontes apresentam percentuais igualmente semelhantes. Assim, os resultados indicam que não há diferenças estatisticamente significativas nos padrões informacionais entre os grupos raciais, ainda que pequenas variações apontem tendências que não podem ser generalizadas para a população.

GRÁFICO 5

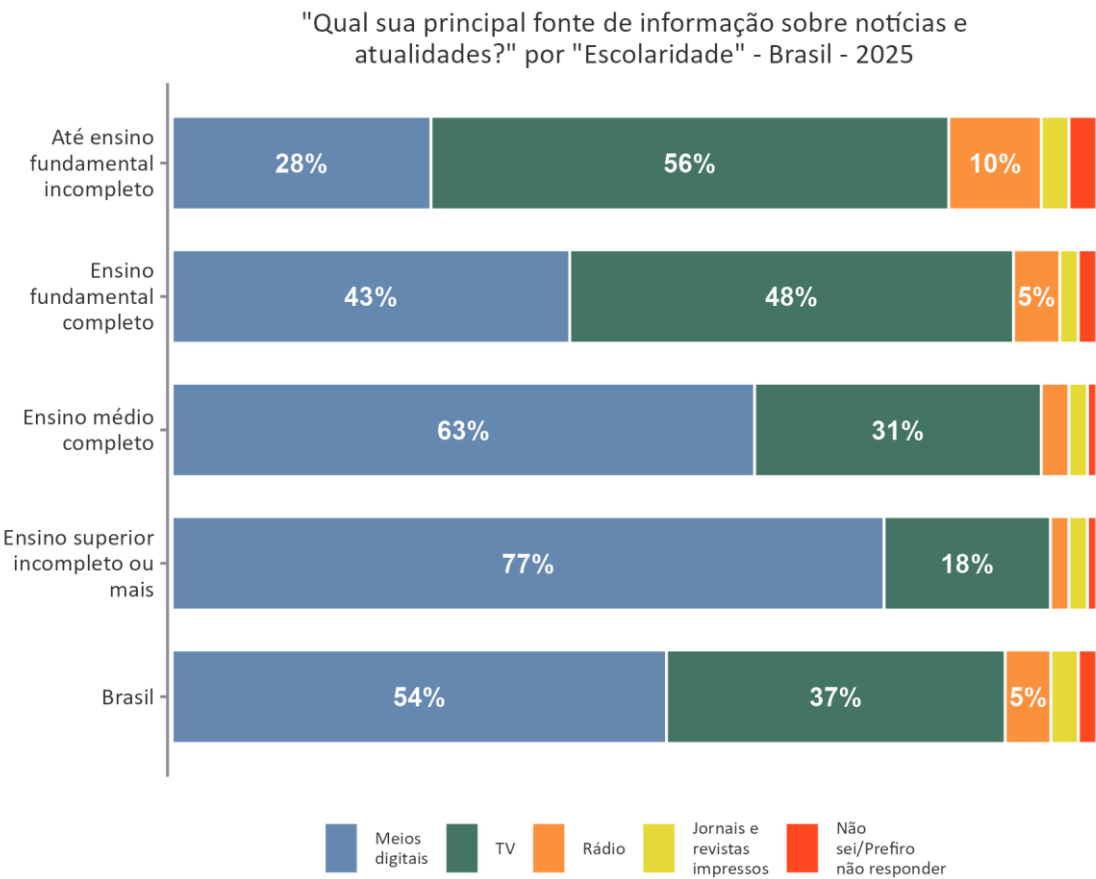


Escolaridade influencia fortemente o modo como os brasileiros se informam

O recorte por escolaridade revela um dos contrastes mais acentuados da pesquisa: quanto maior o nível educacional, maior o uso de meios digitais como principal fonte de informação. Entre pessoas com ensino superior incompleto ou mais, 77% se informam prioritariamente por meios digitais; esse percentual cai para 63% entre aqueles com ensino médio completo, para 43% entre quem tem fundamental completo, e atinge apenas 28% entre pessoas com fundamental incompleto (Vide Tabela 5 do Anexo II).

Em sentido inverso, a TV é predominante entre os grupos de menor escolaridade, chegando a 56% entre aqueles com fundamental incompleto, e perde força conforme a escolaridade aumenta, ficando em 18% no grupo com ensino superior. Rádio, jornais impressos e demais meios mantêm percentuais baixos e estáveis. O conjunto desses resultados mostra que o ambiente informacional brasileiro é fortemente estratificado pela escolaridade, com públicos mais escolarizados inseridos no ecossistema digital, enquanto os grupos com menor escolaridade permanecem mais conectados à televisão.

GRÁFICO 6



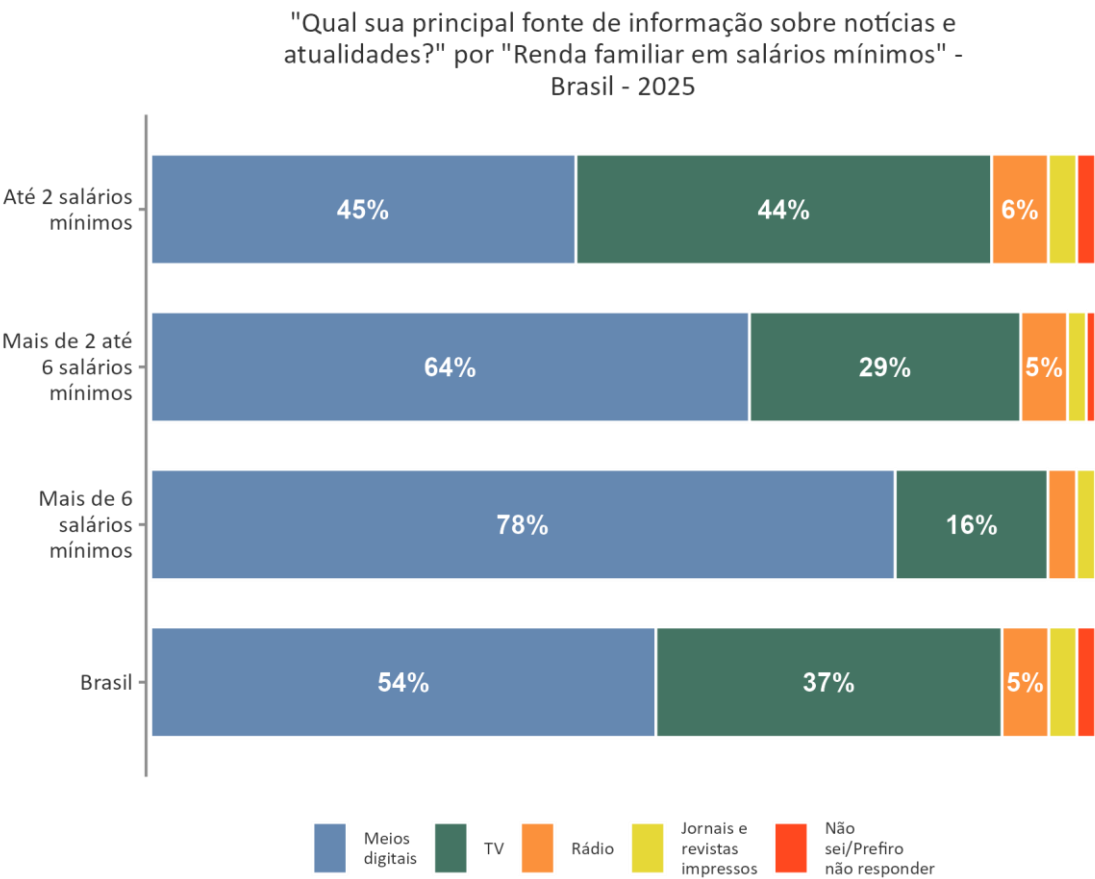
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Renda Familiar define padrões informacionais distintos no país

Em relação ao recorte por renda familiar, os resultados mostram que quanto maior a renda, maior o uso de meios digitais. Entre famílias com renda acima de 6 salários mínimos, 78% utilizam meios digitais como principal fonte de notícias; entre aqueles com renda de 2 a 6 salários mínimos, esse percentual cai para 64%, e chega a 45% no grupo com renda até 2 salários mínimos (Vide Tabela 6 do Anexo II).

Em sentido inverso, a TV é mais presente entre pessoas de menor renda (44% no grupo até 2 salários mínimos) e perde força conforme a renda aumenta, sendo citada por 29% entre quem ganha de 2 a 6 salários mínimos e por apenas 16% entre os grupos de renda mais elevada. Rádio, jornais impressos e demais fontes apresentam percentuais baixos em todos os estratos.

GRÁFICO 7



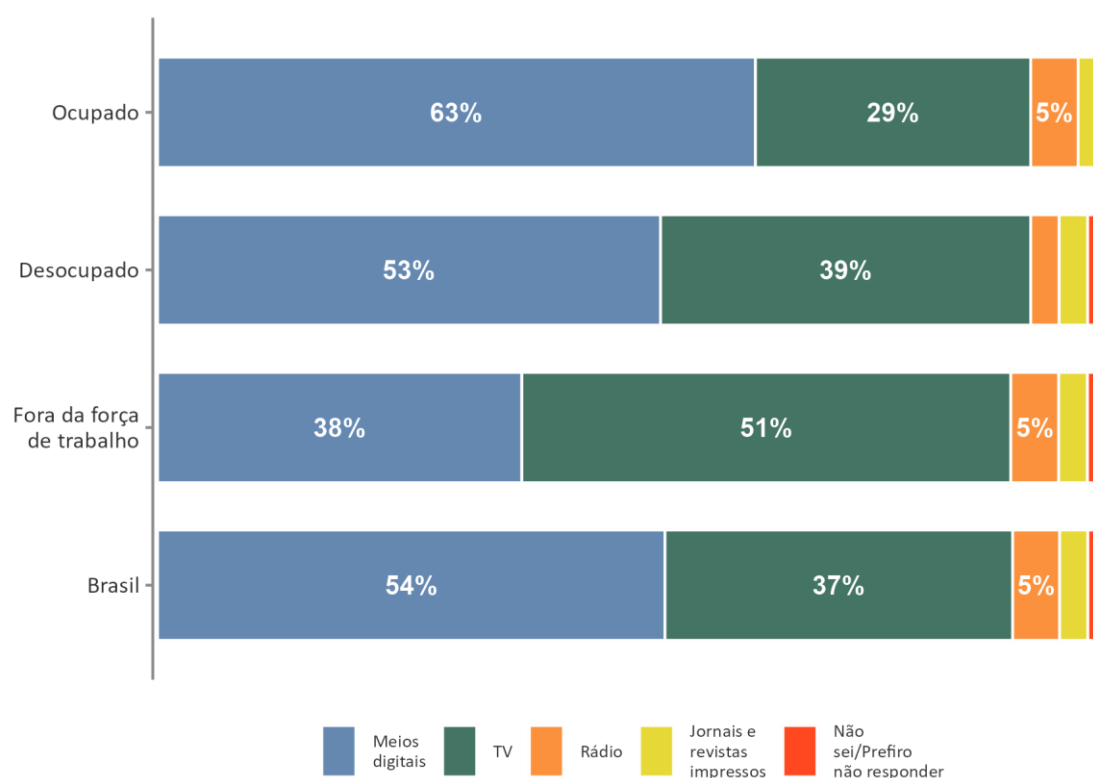
Situação no mercado de trabalho marca diferenças no uso das fontes de informação

O recorte por situação no mercado de trabalho mostra diferenças importantes no uso das fontes de informação, algumas delas estatisticamente significativas (Vide Tabela 7 do Anexo II). Entre as pessoas ocupadas, 63% têm nos meios digitais sua principal fonte de notícias, percentual que é estatisticamente semelhante ao observado entre os desocupados (53%), devido à sobreposição dos intervalos de confiança. Já entre aqueles que estão fora da força de trabalho, como aposentados, estudantes e donas(os) de casa, o uso dos meios digitais cai de forma estatisticamente significativa para 38%, indicando menor inserção digital nesse grupo.

Em sentido inverso, a TV é utilizada como principal fonte de informação por 51% das pessoas fora da força de trabalho, proporção significativamente maior do que entre os ocupados (29%), enquanto o uso da TV pelos desocupados (39%) se apresenta como segunda principal fonte de informação, mas sem diferença estatística claramente definida em relação aos demais grupos. Rádio, jornais impressos e outros meios permanecem pouco expressivos em todos os grupos.

GRÁFICO 8

"Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Situação no mercado de trabalho" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

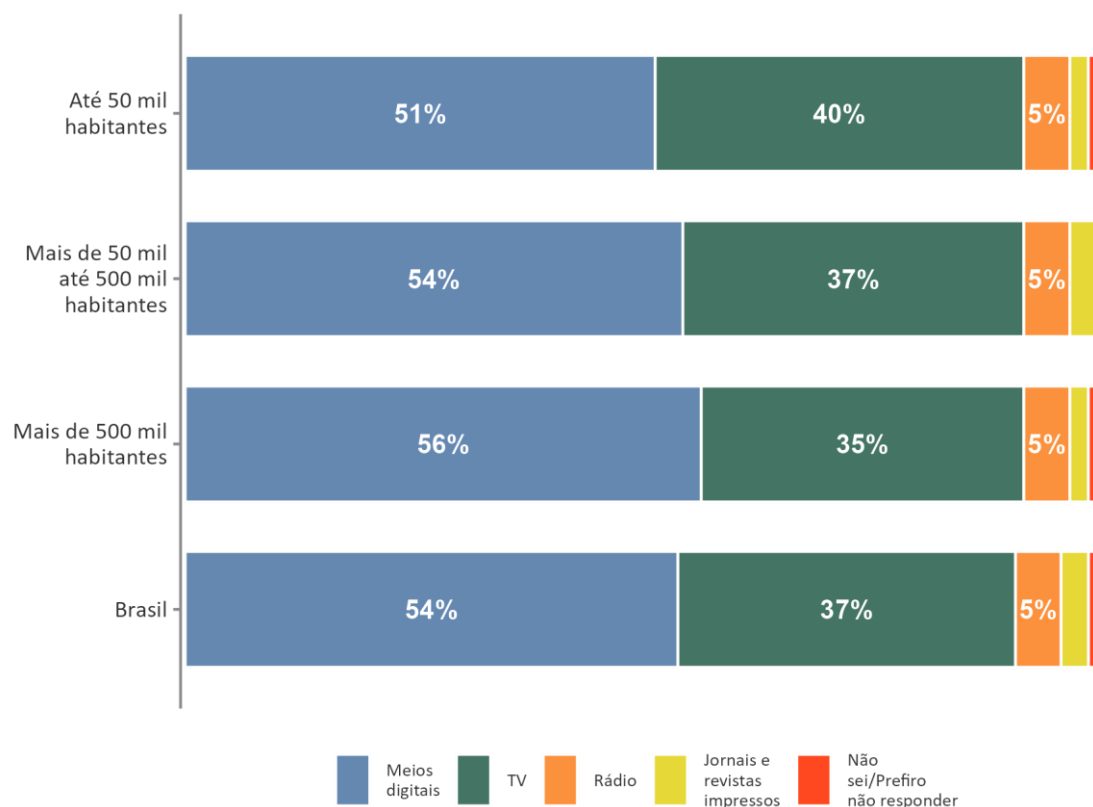
Uso de meios de informação é semelhante entre municípios de diferentes portes

A análise por porte do município mostra que o uso dos meios digitais como principal fonte de notícias é estatisticamente semelhante entre cidades pequenas (51%), médias (54%) e grandes (56%), já que os intervalos das margens de erro se sobrepõem amplamente entre os três grupos (Vide Tabela 8 do Anexo II). O mesmo ocorre com o uso da TV, cujos percentuais variam de 35% a 40%, sem diferenças significativas entre os portes. Assim, embora haja pequenas variações nos percentuais observados, elas representam apenas tendências e não diferenças estatisticamente confirmadas.

Os resultados indicam que, independentemente do tamanho do município, os brasileiros utilizam meios digitais e televisão em níveis muito semelhantes para se informar sobre notícias e atualidades.

GRÁFICO 9

"Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Porte do município" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

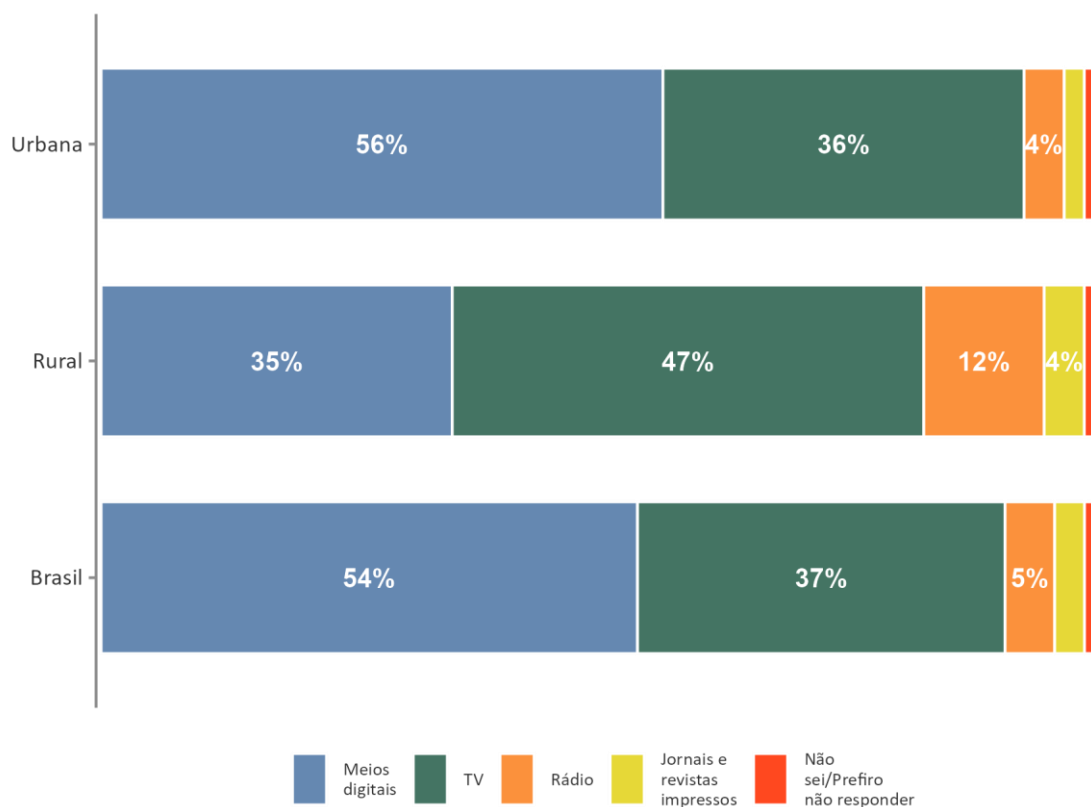
Rádio tem papel relativamente maior no meio rural

A análise por situação de domicílio revela diferenças estatisticamente significativas (Vide Tabela 9 do Anexo II) nos hábitos de informação da população. Nas áreas urbanas, os meios digitais são a principal fonte de notícias para 56% da população, enquanto a TV é citada por 36%. Já nas áreas rurais, o cenário se inverte parcialmente: apenas 35% usam meios digitais como principal fonte, ao passo que a TV alcança 47%, tornando-se o meio mais influente nesse contexto. Além disso, o rádio tem papel relativamente maior no meio rural (12%) do que no urbano (4%).

Esses resultados mostram que, embora o ambiente digital predomine nas cidades, a televisão ainda desempenha papel relevante nas zonas rurais.

GRÁFICO 10

"Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Situação de domicílio" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

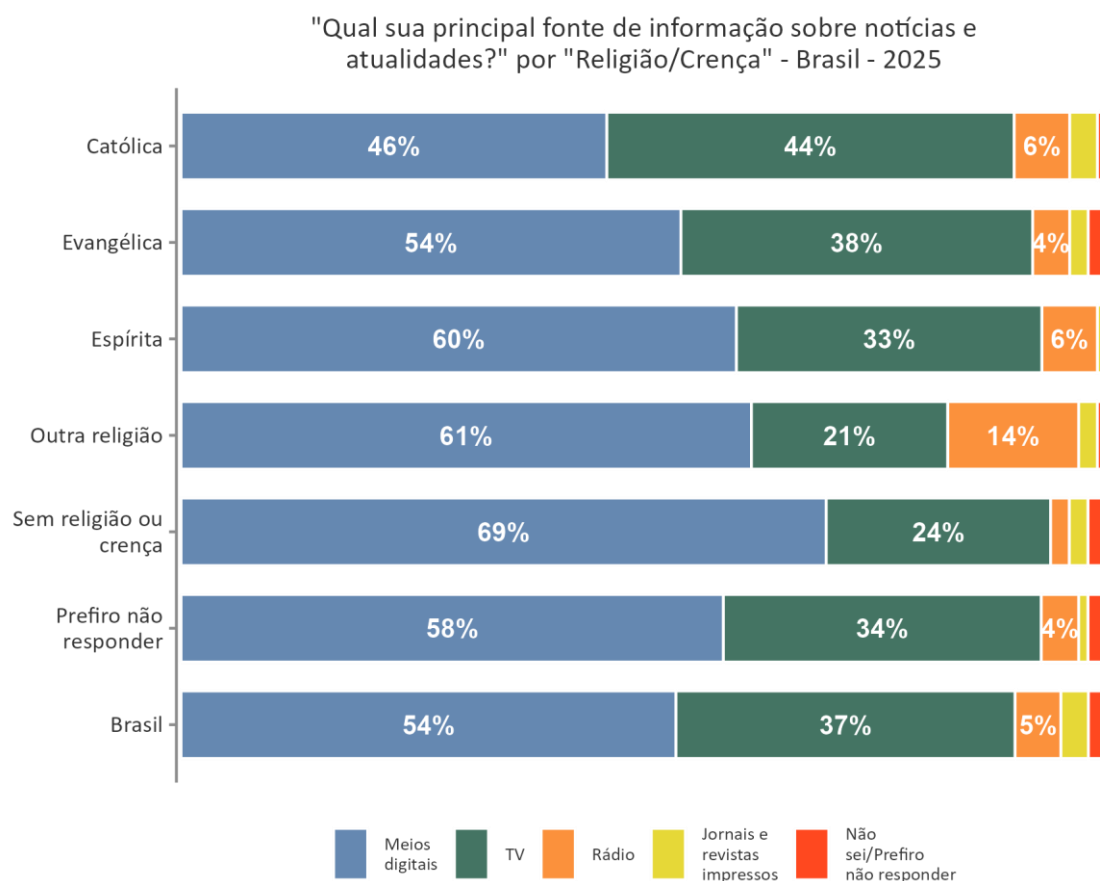
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Católicos e Evangélicos mantêm maior vínculo com a TV

O recorte por religião e crença indica diferenças estatisticamente relevantes na forma como os grupos se informam (Vide Tabela 10 do Anexo II). Entre católicos, os meios digitais são a principal fonte de notícias para 46% da população, proporção significativamente menor do que a observada entre evangélicos (54%) e, sobretudo, entre espíritas, pessoas de outras religiões e aquelas sem religião, cujos percentuais variam entre 60% e 69%. Em particular, pessoas sem religião apresentam uso de meios digitais significativamente maior que católicos e evangélicos.

Quanto à TV, ela é utilizada como segunda fonte de informação por católicos (44%) e evangélicos (38%) em patamares semelhantes entre si, mas significativamente mais altos do que entre adeptos de outras religiões e pessoas sem religião, onde a TV varia de 21% a 24%. Por fim, rádio, jornais impressos e demais meios apresentam percentuais baixos e com diferenças não significativas.

GRÁFICO 11



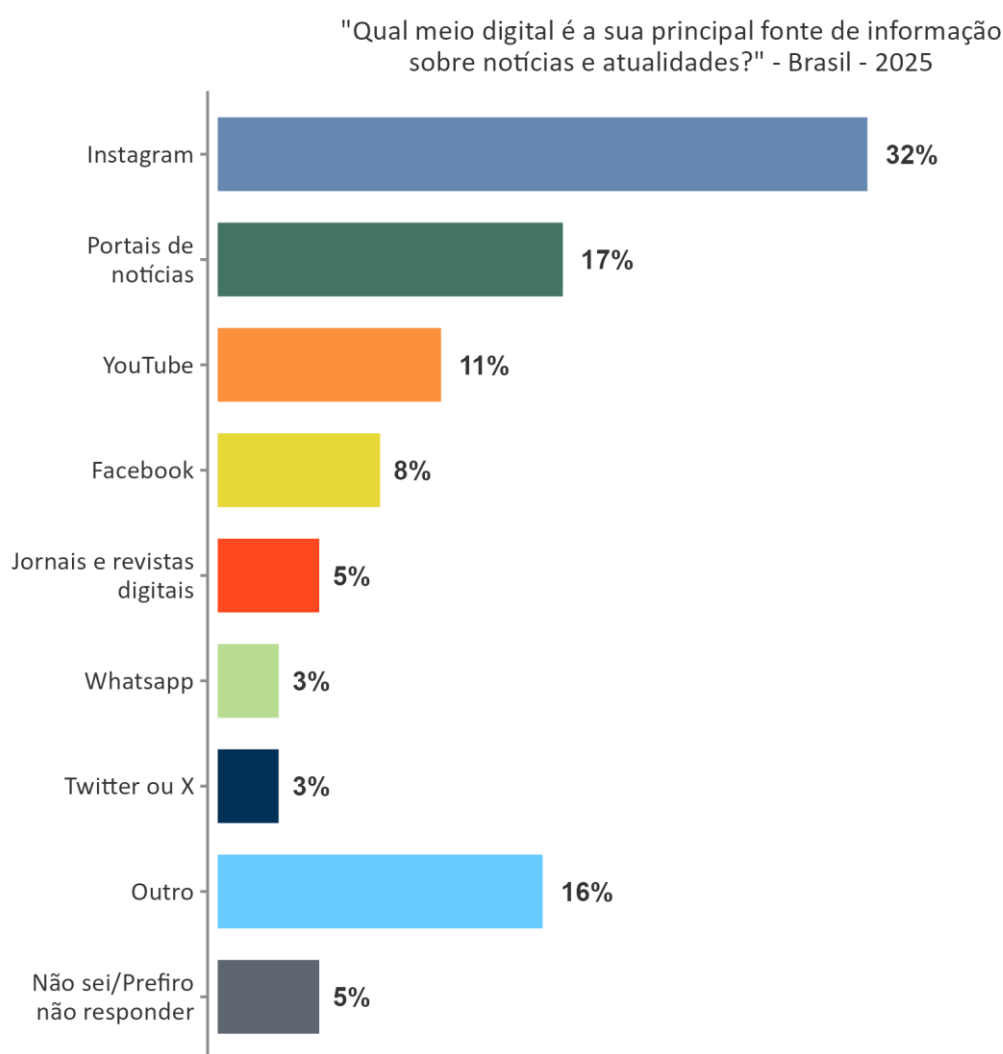
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Plataformas visuais e rápidas se destacam no meio digital como fontes de informações

Os resultados mostram que, entre os brasileiros que têm meios digitais como principal fonte de informação, o Instagram se destaca como o meio digital mais utilizado para acompanhar notícias e atualidades, sendo citado por 32% desse grupo. Em seguida aparecem os portais de notícias (17%), o YouTube (11%) e o Facebook (8%), enquanto jornais e revistas digitais, WhatsApp, Twitter/X e TikTok têm menor participação. Esses dados revelam que a população brasileira não apenas migrou para o ambiente digital, mas também se informa majoritariamente por plataformas altamente visuais, rápidas e baseadas em fluxo contínuo, o que molda a forma como notícias circulam e são consumidas no país.

GRÁFICO 12



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

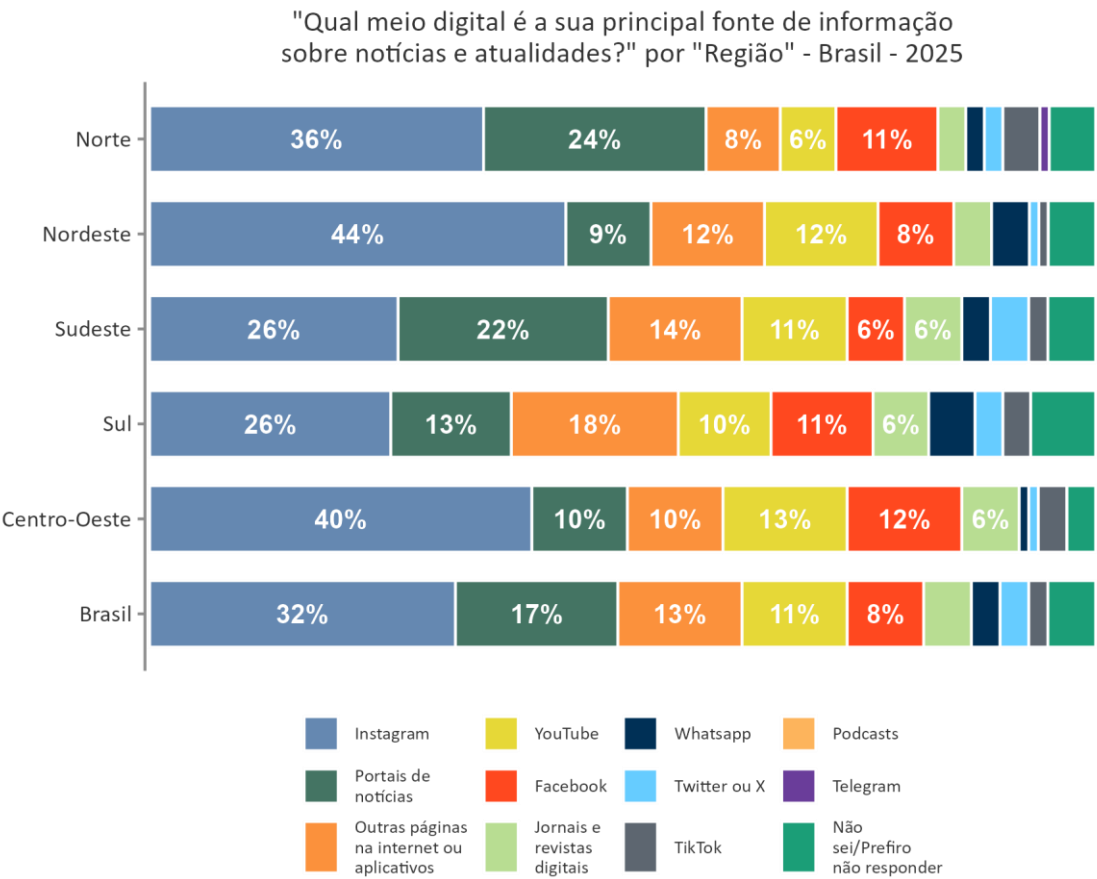
Nota: Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

O uso do Instagram e de portais varia entre regiões

A análise regional revela padrões distintos de uso, embora poucas diferenças sejam estatisticamente significativas devido às margens de erro elevadas em algumas regiões (Vide Tabela 11 do Anexo II). O Instagram é o meio mais citado em todas as áreas do país, mas apenas no Nordeste seu uso se distingue de forma estatisticamente significativa, sendo mais utilizado do que no Sudeste e no Sul, cujos percentuais apresentam intervalos de confiança inferiores. Nas demais comparações os intervalos se sobrepõem, impedindo conclusões firmes.

Já os portais de notícias apresentam maior uso no Sudeste, diferença estatisticamente significativa apenas em relação ao Nordeste, que registra os menores percentuais; nas demais regiões, as variações não são significativas. As demais plataformas digitais, como YouTube, Facebook e TikTok, mostram variações numéricas, mas sem diferenças estatisticamente confirmadas entre as regiões. Esses resultados sugerem que, embora existam tendências regionais, apenas algumas delas refletem diferenças reais no comportamento informacional digital dos brasileiros.

GRÁFICO 13



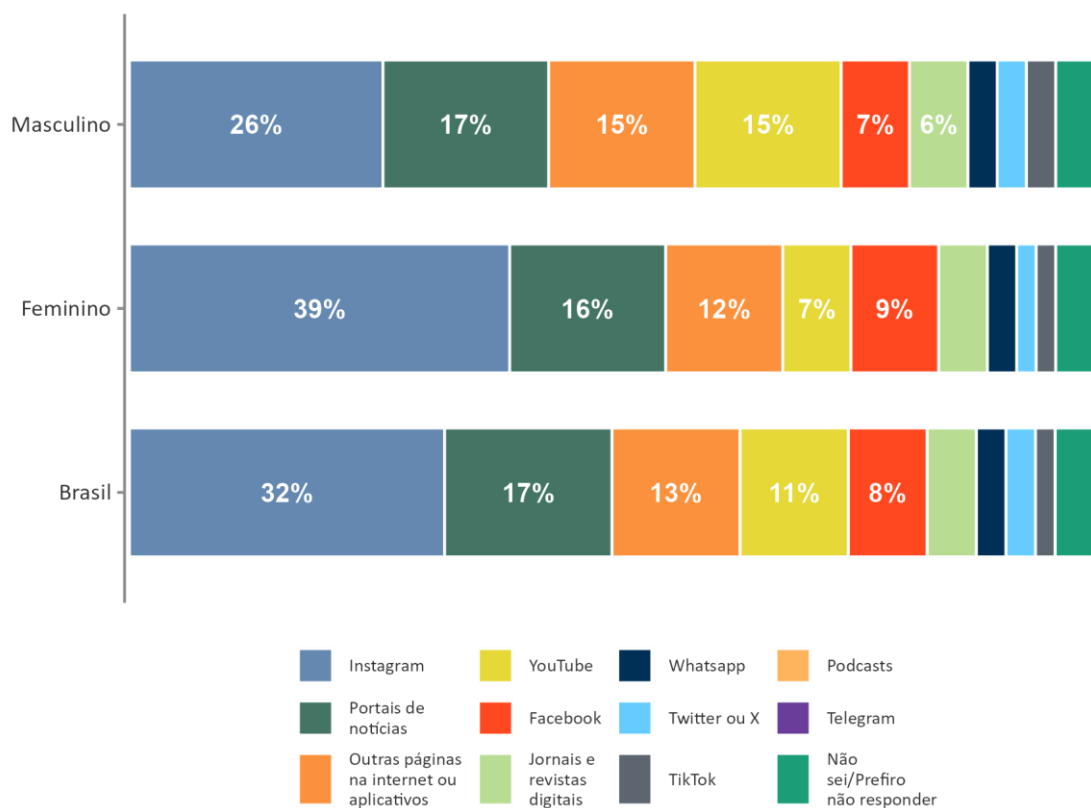
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Homens e Mulheres usam meios digitais de forma distinta para se informar

A análise por sexo mostra diferenças estatisticamente significativas no uso de determinados meios digitais (Vide Tabela 12 do Anexo II). As mulheres são mais propensas a utilizar o Instagram, que aparece como o principal meio digital para 39% delas, enquanto entre os homens esse percentual é menor, 26%. Já os portais de notícias têm uso semelhante entre os dois grupos, 17% entre homens e 16% entre mulheres. O YouTube é proporcionalmente mais utilizado pelos homens (15%) do que pelas mulheres (7%). Outras plataformas, como Facebook, jornais digitais, WhatsApp e Twitter/X, apresentam percentuais próximos entre os gêneros. Esses resultados mostram que, embora homens e mulheres estejam inseridos no ambiente digital, elas tendem a se informar mais por redes sociais, enquanto eles combinam redes com plataformas de vídeo e leitura.

GRÁFICO 14

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Sexo" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Idosos preferem o YouTube e Jovens o Instagram

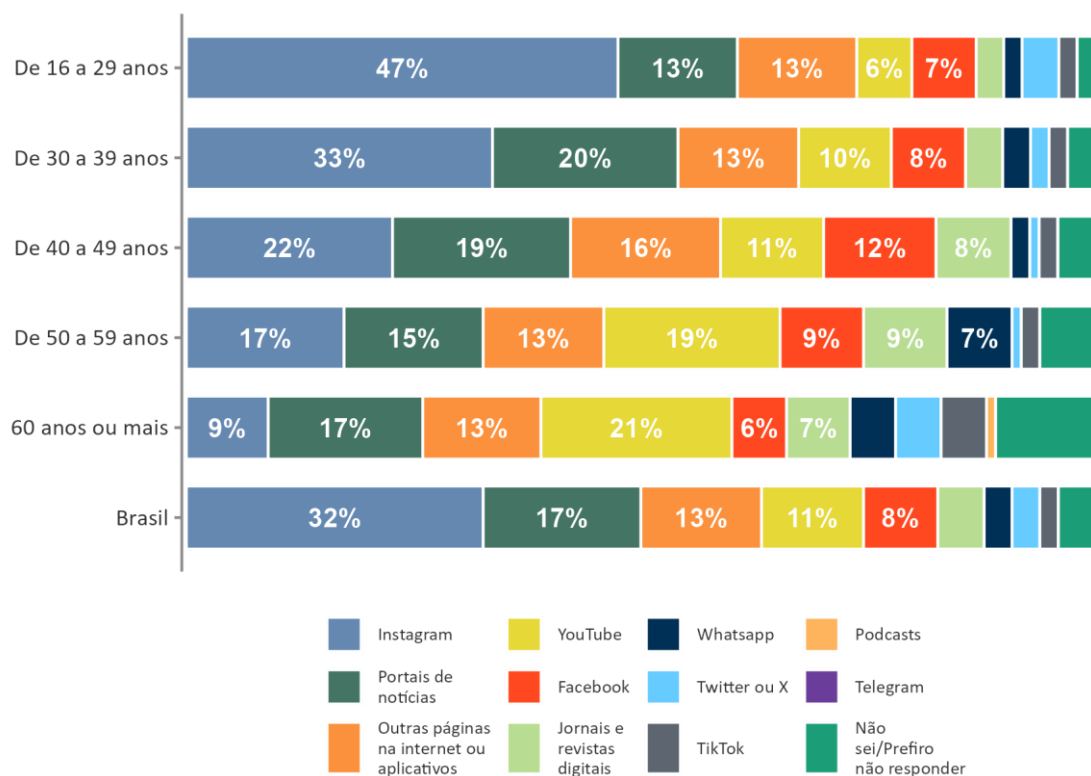
O recorte por faixa etária mostra que o Instagram é a principal fonte digital de notícias em todas as idades (Vide Tabela 13 do Anexo II). Entre os mais jovens (16 a 29 anos), 47% indicam o Instagram como meio digital principal, proporção estatisticamente maior do que a observada em todas as demais faixas etárias. Esse percentual cai para 33% entre 30 e 39 anos e para 22% entre 40 e 49 anos, com ambas as quedas sendo estatisticamente significativas, e estabiliza em patamares mais baixos entre 50 e 59 anos (17%) e 60 anos ou mais (9%).

Em contraste, o YouTube ganha importância relativa nas idades mais avançadas: 21% entre 60 anos ou mais o citam como principal meio digital, enquanto essa proporção cai para 6% entre pessoas de 16 a 29 anos e 19%, entre pessoas de 50 a 59 anos. Já o uso de portais de notícias, Facebook e demais plataformas digitais apresenta variações numéricas entre as faixas etárias, mas com intervalos de confiança sobrepostos, o que não permite afirmar diferenças estatisticamente robustas.

Os resultados indicam que o Instagram é hegemonicamente jovem e declinante com a idade, enquanto o YouTube se consolida como principal meio digital entre os segmentos mais velhos, caracterizando perfis digitais geracionais distintos.

GRÁFICO 15

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Faixa etária" - Brasil - 2025



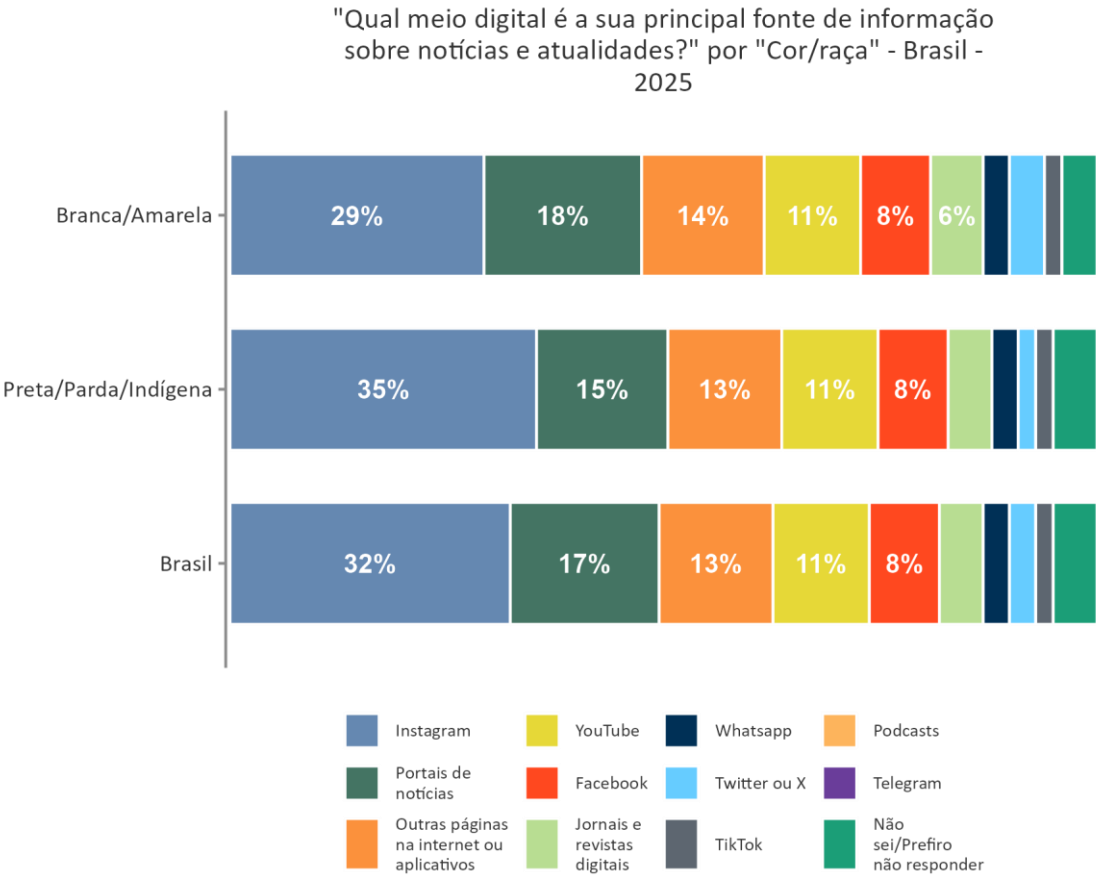
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Uso dos meios digitais varia pouco entre grupos raciais, mas o Instagram lidera em todos

A análise por raça/cor mostra que não há diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 14 do Anexo II). O Instagram é o meio mais citado em todos os grupos, com 29% entre pessoas brancas ou amarelas e 35% entre pretas, pardas e indígenas, mas os intervalos das margens de erro se sobrepõem, impedindo afirmar diferença real entre eles. A mesma situação se verifica para portais de notícias, YouTube, Facebook, outras páginas, jornais digitais e outros meios, todos com percentuais próximos e amplamente sobrepostos. Os resultados indicam que os padrões de uso dos meios digitais são estatisticamente semelhantes entre os grupos raciais.

GRÁFICO 16



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

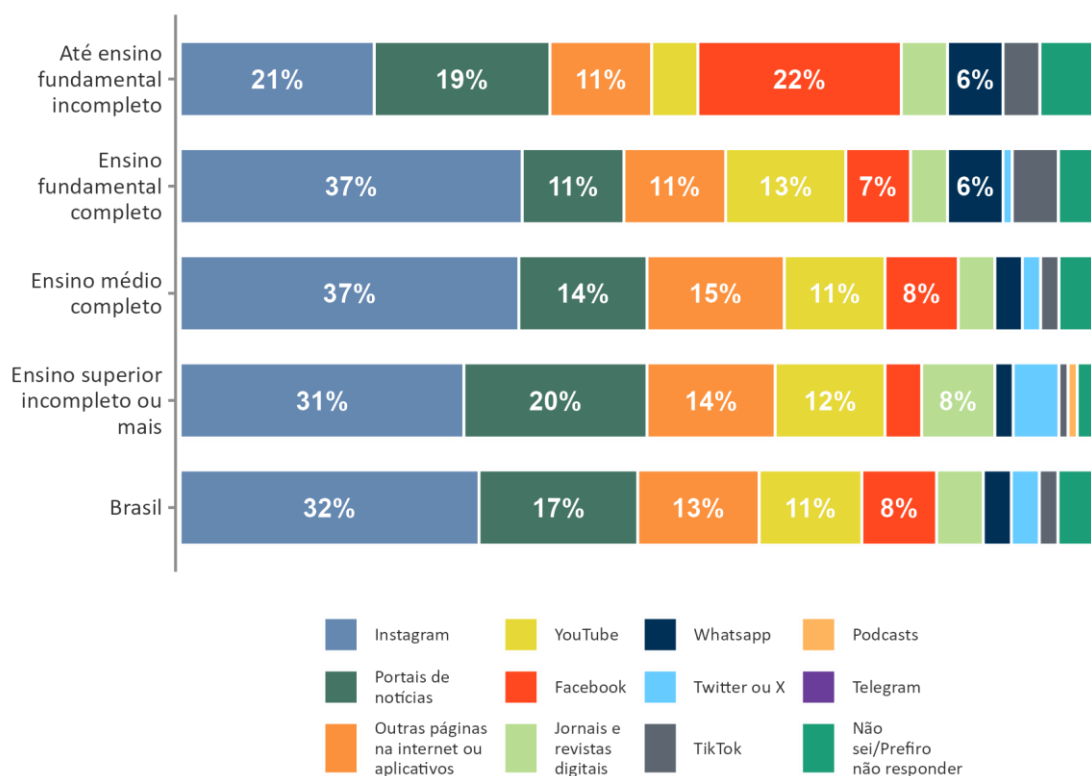
Instagram é o principal meio em todas as faixas

A análise por escolaridade revela que o Instagram é o principal meio digital citado em todas as faixas, mas apenas uma diferença estatisticamente significativa aparece (Vide Tabela 15 do Anexo II): pessoas com ensino fundamental incompleto (21%) usam o Instagram significativamente menos como principal meio digital do que aquelas com ensino médio completo (37%). Entretanto, entre os grupos com fundamental completo, médio completo e superior, as variações nos percentuais (entre 31% e 37%) apresentam ampla sobreposição das margens de erro, não permitindo afirmar diferenças reais entre eles.

O uso de portais de notícias, YouTube, Facebook e demais plataformas digitais também varia pouco e sem significância estatística. Assim, embora haja uma tendência de maior diversificação do consumo digital nos níveis educacionais mais altos, os dados indicam que a escolaridade só produz diferenças estatisticamente confirmadas entre os níveis mais baixos, enquanto as faixas intermediárias e superiores apresentam padrões semelhantes de uso dos meios digitais.

GRÁFICO 17

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Escolaridade" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

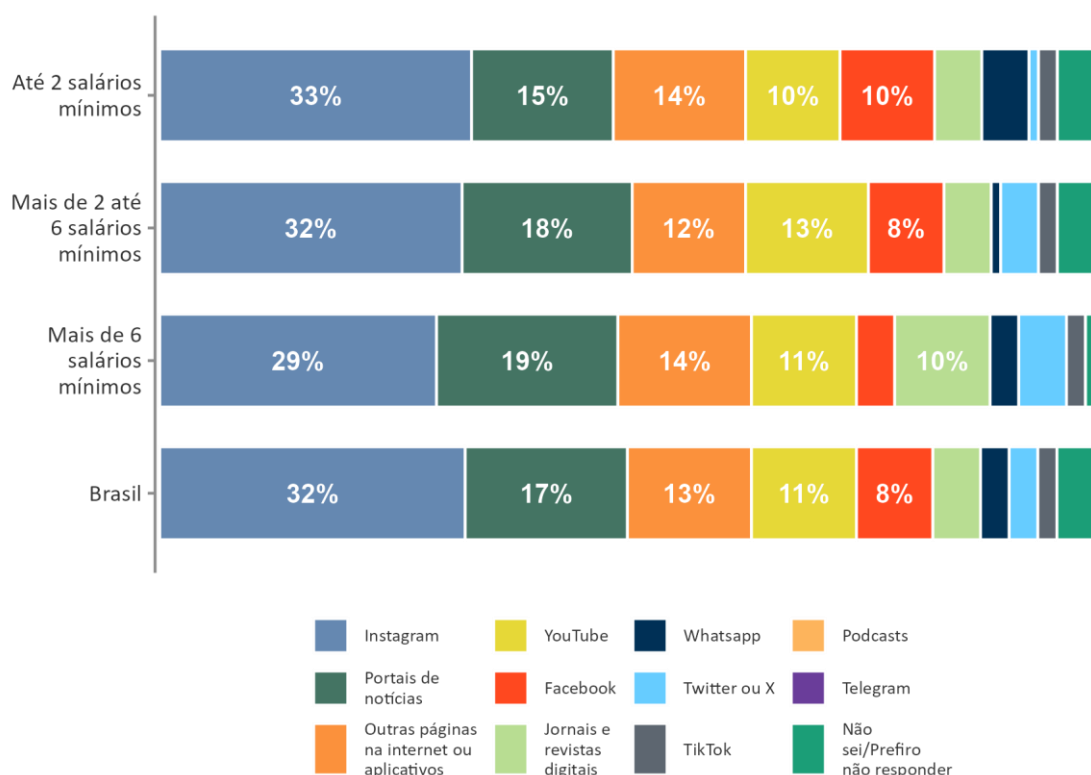
Renda familiar não diferencia o uso dos meios digitais

A análise por renda familiar mostra que não há diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 16 do Anexo II). O Instagram é o meio mais citado em todas as faixas de renda, com percentuais que variam de 29% a 33%, mas cujos intervalos de confiança se sobrepõem, impedindo afirmar variações reais entre os grupos. O mesmo ocorre com os portais de notícias, cujo uso oscila entre 15% e 19% e com plataformas como YouTube, Facebook, jornais digitais, WhatsApp e outras páginas na internet.

Assim, embora os percentuais apresentem pequenas flutuações, os padrões de consumo digital são estatisticamente semelhantes entre os grupos de renda, indicando que a escolha do meio digital principal independe da condição econômica.

GRÁFICO 18

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Renda familiar em salários mínimos" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

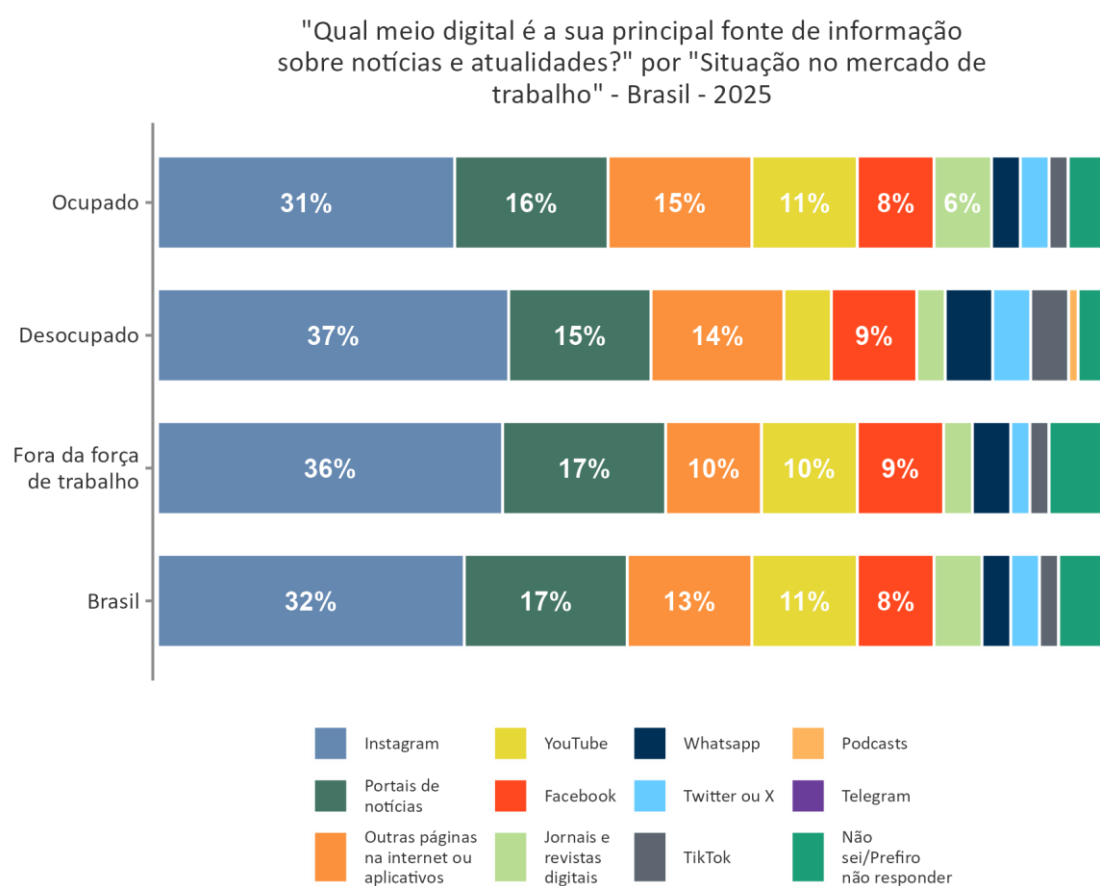
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Meio digital é semelhante entre ocupados, desocupados e pessoas fora da força de trabalho

A análise por situação no mercado de trabalho indica que não há diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 17 do Anexo II). O Instagram, embora apresente variações numéricas entre ocupados (31%), desocupados (37%) e pessoas fora da força de trabalho (36%), possui intervalos de confiança sobrepostos, o que impede afirmar diferenças reais entre os grupos. O mesmo ocorre com o uso de portais de notícias, YouTube, Facebook e demais plataformas digitais, cujas variações não ultrapassam o limite das margens de erro.

Assim, os resultados mostram que ocupados, desocupados e inativos apresentam padrões muito semelhantes de uso dos meios digitais, indicando que a escolha do principal canal digital de informação não está estatisticamente associada à situação laboral.

GRÁFICO 19



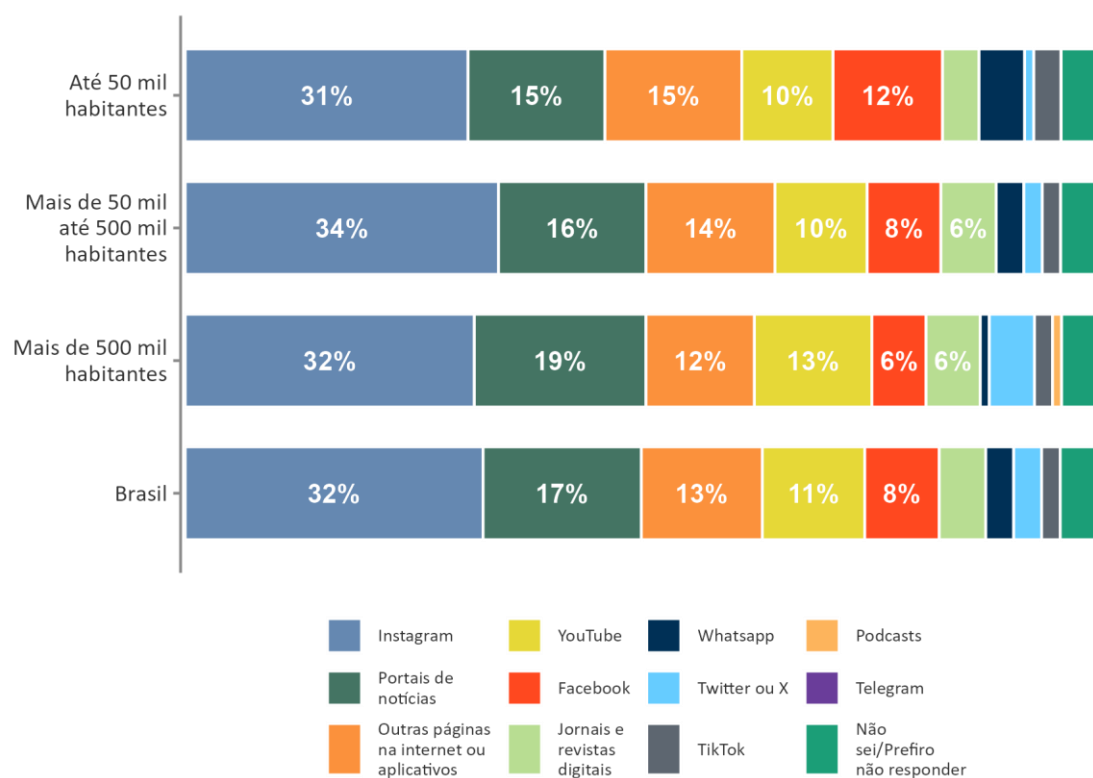
Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
 Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

O comportamento informacional digital é semelhante entre cidades pequenas, médias e grandes

O recorte por porte do município mostra que não há diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 18 do Anexo II). O Instagram aparece com percentuais próximos entre cidades de até 50 mil habitantes (31%), entre 50 e 500 mil habitantes (34%) e acima de 500 mil habitantes (32%), com intervalos de confiança sobrepostos. O mesmo ocorre com os portais de notícias, que variam de 15% a 19%, e com meios como YouTube, Facebook, jornais digitais, WhatsApp e outros, todos sem diferenças significativas entre os portes. Assim, embora existam pequenas variações numéricas, os resultados indicam que o porte do município não influencia de forma estatisticamente comprovada o meio digital escolhido como principal fonte de informação sobre notícias e atualidades.

GRÁFICO 20

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Porte do município" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

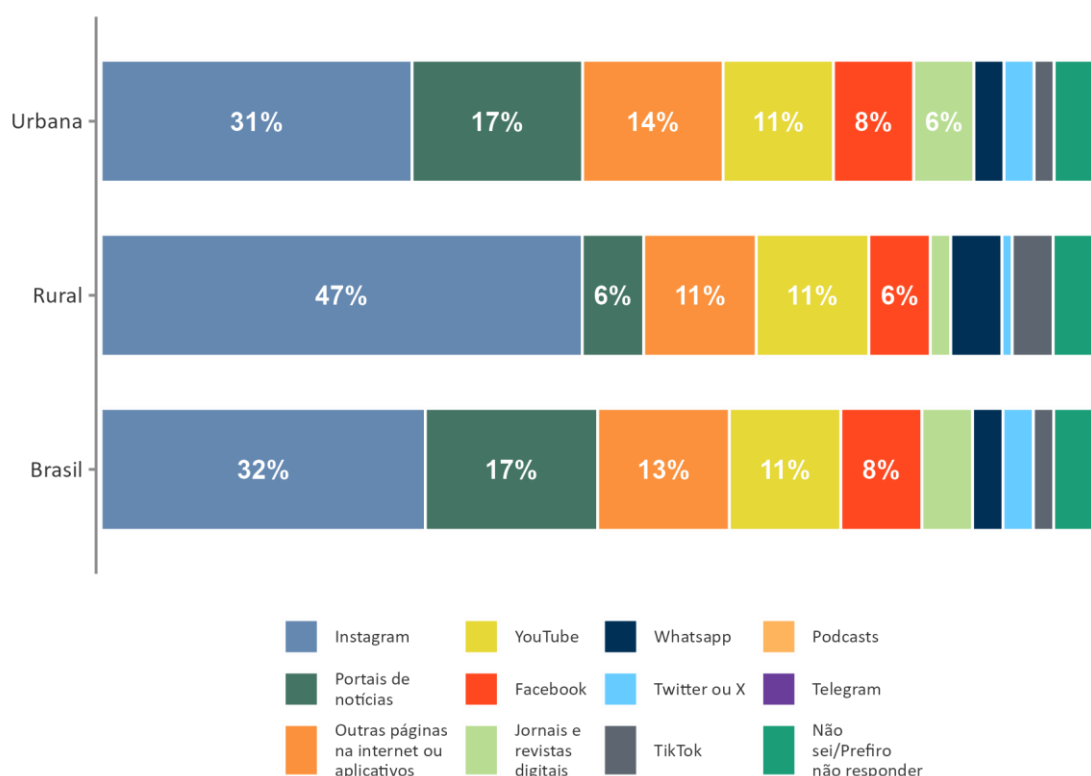
Nas áreas rurais o Instagram tem peso maior como fonte de informação

A análise por situação de domicílio revela diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 19 do Anexo II). O Instagram é citado por 47% dos moradores da área rural, proporção significativamente maior do que a observada nas áreas urbanas (31%), indicando que essa plataforma desempenha papel central na dinâmica informacional rural. No entanto, cabe ressaltar que a estimativa de uso do Instagram na área rural apresenta margem de erro elevada, acima de 10 pontos percentuais, de modo que esse resultado deve ser interpretado com cautela, conforme orientação metodológica do DataSenado (vide método da pesquisa).

Em sentido inverso, os portais de notícias são utilizados significativamente mais pelos moradores das áreas urbanas (17%) do que pelos residentes de áreas rurais (6%). Para os demais meios digitais as diferenças são numericamente pequenas e estatisticamente não significativas. Assim, os resultados mostram que o perfil digital urbano é mais diversificado e a zona rural apresenta maior concentração no Instagram.

GRÁFICO 21

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Situação de domicílio" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

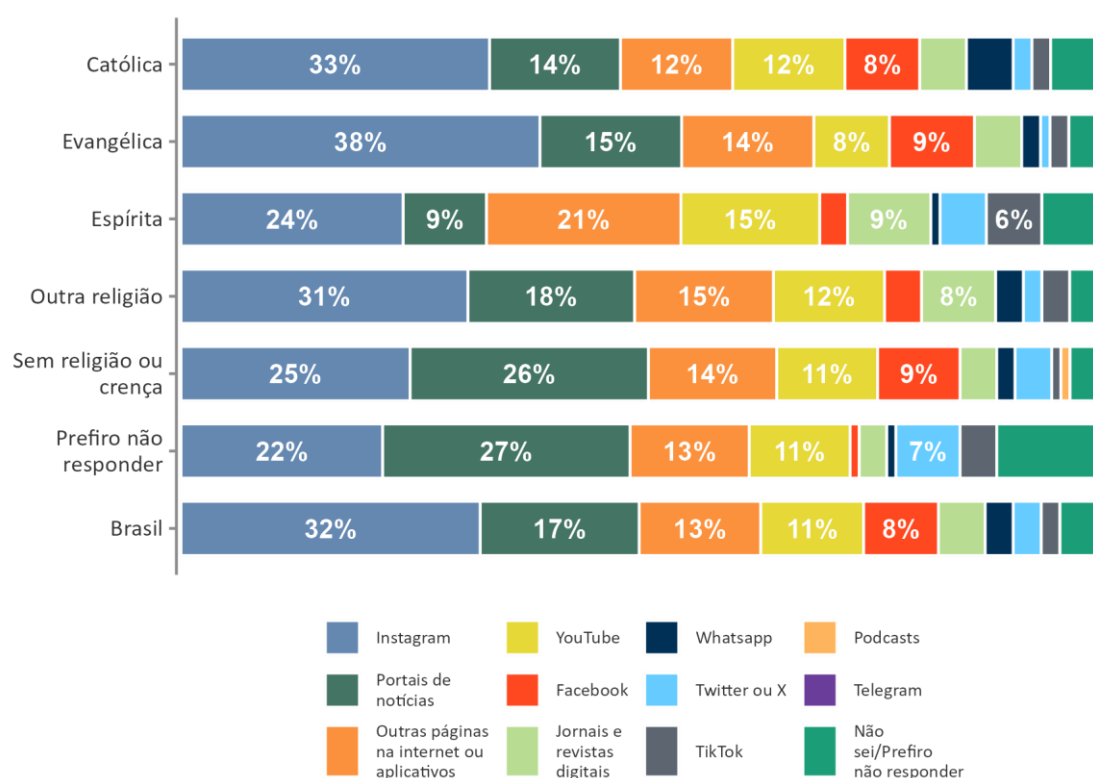
O uso dos meios digitais é semelhante entre grupos religiosos

A análise por religião e crença mostra que não há diferenças estatisticamente significativas no meio digital utilizado como principal fonte de notícias (Vide Tabela 20 do Anexo II). O Instagram apresenta percentuais que variam entre 24% e 38% nos diferentes grupos religiosos, mas com intervalos de confiança amplamente sobrepostos, o que impede afirmar diferenças reais entre católicos, evangélicos, espíritas, pessoas de outras religiões ou sem religião. O mesmo ocorre com os portais de notícias, cujo uso oscila entre 9% e 26%, e com outras plataformas digitais, como YouTube, Facebook, WhatsApp, jornais digitais, TikTok e Twitter/X, todas sem variações estatisticamente confirmadas.

Assim, embora existam pequenas oscilações numéricas, os resultados indicam que o meio digital principal utilizado para se informar é estatisticamente semelhante entre os diferentes grupos religiosos, sem diferenças robustas entre eles.

GRÁFICO 22

"Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por "Religião/Crença" - Brasil - 2025



Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Nota: Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

Conclusão

Os resultados desta pesquisa mostram que o Brasil vive um processo consolidado de digitalização informacional, mas com características que variam entre grupos populacionais. As principais fontes dos brasileiros revelam que os meios digitais já superam a TV como principal fonte de notícias para a maioria da população, ainda que diferenças significativas persistam entre faixas etárias, escolaridade, renda, sexo e situação de domicílio.

O uso dos meios digitais mostra que o ambiente informacional online brasileiro é fortemente marcado pela centralidade do Instagram, sobretudo entre mulheres e jovens, enquanto o YouTube ganha força entre homens e pessoas mais velhas. Em outros recortes, como cor/raça, renda, situação no mercado de trabalho, porte do município e religião, as variações entre as plataformas digitais são, em sua maioria, não significativas, indicando padrões de uso estatisticamente semelhantes, ainda que alguns percentuais sugiram tendências que devem ser interpretadas com cautela.

Em conjunto, as fontes de informações e o uso dos meios digitais revelam que o ecossistema informacional brasileiro é simultaneamente digital e segmentado: digital porque os meios online já lideram como principal fonte de informação; segmentado porque a forma de acessar esse ambiente varia de modo consistente entre grupos sociais. Compreender essas nuances é essencial para interpretar como diferentes segmentos da população recebem informações de interesse público, acompanham o debate nacional e se relacionam com temas legislativos, contribuindo para o desenho de estratégias de comunicação mais eficazes e inclusivas.

Anexo 1 - Método da pesquisa

A pesquisa teve como população-alvo cidadãos de 16 anos ou mais, residentes no Brasil. Os participantes foram selecionados via Amostragem Aleatória Estratificada¹ por unidade da Federação (UF). A amostra total foi composta por 5.039 entrevistas.

A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas telefônicas assistidas por computador - CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*). Nesse método, o entrevistador segue um roteiro que é disponibilizado em computador e composto por questionário estruturado, com questões objetivas e orientações para a condução da entrevista. Essa estrutura visa eliminar possíveis vieses, bem como maximizar a aderência dos cidadãos contatados à pesquisa.

Os números de telefone usados nas discagens foram selecionados aleatoriamente, respeitando o delineamento amostral a partir de arquivo disponibilizado pela Anatel, onde constam todos os números habilitáveis do país. As quantidades de números habilitáveis fixos e móveis sorteados na amostra foram estabelecidas de forma a garantir que, por UF, a probabilidade de sorteio de qualquer número válido fosse a mesma, independente de se tratar de telefone fixo ou móvel.

Para compor a amostra, foram realizadas ligações telefônicas para todo o país. Atendido o telefone, e após verificar se o(a) entrevistado(a) pertencia à população-alvo, o entrevistador solicitava autorização para realizar a pesquisa.

Foram auditadas 21% das entrevistas, verificando itens como cordialidade, leitura fluente, marcação correta das respostas, não direcionamento das respostas, dentre outros aspectos de qualidade e imparcialidade durante a aplicação da pesquisa.

No cômputo dos resultados, foi aplicada técnica de ponderação para pesquisas com amostra complexa, que leva em conta três aspectos: não resposta, probabilidade de seleção dos(as) entrevistados(as) e características sociodemográficas da população-alvo. Estes aspectos foram considerados na ponderação por meio do cálculo de três fatores, que, juntos, resultaram em peso amostral que permite obter estimativas para a população-alvo da pesquisa.

Primeiro, a estimativa da taxa de resposta por região foi obtida de forma equivalente à Response Rate 6 (RR6) da American Association for Public Opinion Research (AAPOR, 2023, p. 86), a partir de dados referentes às discagens telefônicas coletados no decorrer da pesquisa. Considerando toda a amostra, essa taxa de resposta foi de 18,9%.

Na sequência, a probabilidade de seleção dos(as) entrevistados(as) foi calculada com base na quantidade de pessoas que compartilhavam a linha discada, na quantidade de linhas de telefone às quais o entrevistado tinha acesso e no total de linhas habilitadas alcançadas na pesquisa em relação ao total de linhas habilitadas no Brasil por UF, segundo as estatísticas mais recentes da Anatel.

¹ Delineamento amostral que 'consiste na divisão de uma população em grupos (chamados estratos) segundo alguma(s) característica(s) conhecida(s) na população sob estudo, e de cada um desses estratos são selecionadas amostras em proporções convenientes' (BOLFARINE e BUSSAB, 2005, p. 93).

Por fim, os pesos foram ajustados para refletirem a proporção da população por Região, segundo as seguintes características demográficas: sexo, idade, escolaridade, raça/cor, situação do mercado de trabalho, porte do município e situação do domicílio. Para tanto, foi utilizado o método *rake*, considerando a distribuição estimada da população brasileira segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do 4º trimestre de 2024 para as variáveis sexo, idade, escolaridade, raça/cor, situação do mercado de trabalho e situação do domicílio. Já o porte do município foi categorizado segundo os dados da Estimativa Populacional de 2024 do IBGE, e os municípios foram divididos em três categorias: até 50.000 habitantes, de 50.001 a 500.000 habitantes e mais de 500.000 habitantes.

Para análise dos resultados da pesquisa, cada estimativa divulgada no relatório é acompanhada das respectivas margens de erros (Anexos 1), calculadas com nível de confiança de 95%. Dessa forma, não existe uma única margem de erro para toda a pesquisa, prática usual, embora imprecisa, em pesquisas que não são totalmente probabilísticas.

Quadro 1: "Média e desvio padrão das margens de erro por grupo ou subgrupo de amostra" - 2025			
	Média da margem de erro	Desvio padrão da margem de erro	Tamanho da (sub)amostra
Pergunta sobre a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades.	1,24 p.p.	0,73 p.p.	5.039
Perguntas sobre o meio digital utilizado como principal fonte de informação sobre notícias e atualidades.	1,29 p.p.	0,85 p.p.	2.944

Os percentuais foram arredondados de maneira que, para números com decimal menor que 0,5, foi mantida a parte inteira; e para números com decimal maior ou igual a 0,5, adicionou-se uma unidade à parte inteira do número. O uso dessa metodologia de arredondamento faz com que, em alguns casos, a soma dos percentuais de gráficos e de algumas colunas das tabelas seja diferente de 100%, para mais ou para menos, sem que isso implique em erro de cálculo. Pelo mesmo motivo, o campo 'Amostra ponderada' pode diferir da 'Amostra realizada' sem que se trate de erro.

Referências bibliográficas:

BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. de O. Elementos de amostragem. Ed. Edgard Blucher. São Paulo, 2005.

HEERINGA, S. G., BRADY, T. W., e PATRICIA, A. B. Applied survey data analysis. CRC press, 2017.

KISH, L. Survey sampling. Ed. John Wiley & Sons. New York, 1965.

THE AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. Standard definitions: Final dispositions of case codes and outcome rates for surveys, 10th edition. 2023.

Ficha técnica

Secretaria de Transparência

Isadora de Castro Selos – Diretora

Marcos Ruben de Oliveira – Coordenador-Geral e estatístico responsável

Instituto de Pesquisa DataSenado

José Henrique de Oliveira Varanda – Coordenador

Rolf Regehr – Chefe de Serviço de Pesquisa e Análise

Anderson Ferreira dos Santos

Sidney da Silva Pereira Bissoli

Equipe Técnica

Ângela Barbosa Reis Lúz

Aretha Pessanha Cordeiro

Arthur Lima Gomes

Damião Flávio dos Santos

Danilo Freire Holanda de Paiva

Gabriele Lima Gomes

Lucas Caires de Sousa

Pedro Leonardo C. M. Barbosa

Vinicius Regadas S. Montezuma

Coleta de Dados

NEXUS Pesquisa e Inteligência de Dados Ltda.

Anexo 2 - Tabelas

Tabela 1: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por região - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	Brasil
Meios digitais	55% (±11,0%)	47% (±4,3%)	55% (±2,6%)	58% (±4,4%)	63% (±6,0%)	54% (±2,0%)
TV	36% (±8,9%)	43% (±4,3%)	37% (±2,8%)	32% (±4,5%)	30% (±5,4%)	37% (±2,0%)
Rádio	5% (±3,2%)	6% (±2,7%)	4% (±1,3%)	8% (±2,9%)	3% (±2,5%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	2% (±1,8%)	3% (±1,2%)	3% (±1,1%)	1% (±0,7%)	1% (±1,3%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	2% (±2,0%)	1% (±0,9%)	2% (±0,8%)	1% (±0,9%)	2% (±1,7%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	436	1.332	2.148	725	398	5.039
Amostra Ponderada	422	1.331	2.169	727	391	5.038
População Estimada	14.303.679	45.125.238	73.529.832	24.650.689	13.249.662	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.

(2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 2: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por sexo - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Masculino	Feminino	Brasil
Meios digitais	57% (±2,8%)	50% (±3,3%)	54% (±2,0%)
TV	32% (±2,6%)	42% (±3,3%)	37% (±2,0%)
Rádio	6% (±1,7%)	4% (±1,3%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	3% (±0,7%)	2% (±1,0%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	2% (±0,6%)	2% (±0,8%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.945	2.094	5.039
Amostra Ponderada	2.429	2.610	5.038
População Estimada	82.368.534	88.490.566	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Notas:
(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 3: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por faixa etária - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	De 16 a 29 anos	De 30 a 39 anos	De 40 a 49 anos	De 50 a 59 anos	60 anos ou mais	Brasil
Meios digitais	72% (±4,7%)	71% (±4,5%)	57% (±4,8%)	38% (±4,8%)	21% (±4,0%)	54% (±2,0%)
TV	21% (±4,4%)	21% (±4,0%)	33% (±4,5%)	52% (±5,0%)	66% (±5,0%)	37% (±2,0%)
Rádio	5% (±2,8%)	5% (±2,1%)	4% (±1,6%)	6% (±2,2%)	6% (±2,4%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	1% (±0,7%)	2% (±1,1%)	4% (±1,6%)	3% (±1,2%)	3% (±2,0%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	1% (±0,6%)	1% (±0,4%)	2% (±1,3%)	2% (±1,0%)	3% (±1,7%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	928	1.035	1.193	966	917	5.039
Amostra Ponderada	1.320	999	938	744	1.039	5.038
População Estimada	44.742.465	33.866.461	31.793.544	25.240.910	35.215.720	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 4: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por cor/raça - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Branca/Amarela	Preta/Parda/Indígena	Brasil
Meios digitais	57% (±3,1%)	51% (±2,9%)	54% (±2,0%)
TV	34% (±3,1%)	39% (±2,8%)	37% (±2,0%)
Rádio	6% (±1,8%)	5% (±1,3%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	2% (±0,6%)	3% (±1,0%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	1% (±0,6%)	2% (±0,7%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.159	2.880	5.039
Amostra Ponderada	2.175	2.864	5.038
População Estimada	73.748.692	97.110.408	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Notas:
(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 5: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por escolaridade - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)				
	Até ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto ou mais	Brasil
Meios digitais	28% (±5,5%)	43% (±4,8%)	63% (±3,3%)	77% (±2,8%)	54% (±2,0%)
TV	56% (±5,6%)	48% (±4,9%)	31% (±3,2%)	18% (±2,5%)	37% (±2,0%)
Rádio	10% (±3,2%)	5% (±3,1%)	3% (±1,0%)	2% (±0,7%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	3% (±1,8%)	2% (±1,1%)	2% (±0,7%)	2% (±0,9%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	3% (±1,4%)	2% (±1,3%)	1% (±0,4%)	1% (±0,9%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	669	873	1.554	1.943	5.039
Amostra Ponderada	1.380	789	1.683	1.188	5.038
População Estimada	46.793.223	26.743.514	57.050.433	40.271.931	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 6: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por renda familiar em salários mínimos - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 2 salários mínimos	Mais de 2 até 6 salários mínimos	Mais de 6 salários mínimos	Brasil
Meios digitais	45% (±3,1%)	64% (±3,8%)	78% (±4,7%)	54% (±2,0%)
TV	44% (±3,1%)	29% (±3,7%)	16% (±4,4%)	37% (±2,0%)
Rádio	6% (±1,7%)	5% (±2,0%)	3% (±1,9%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	3% (±1,0%)	2% (±0,8%)	2% (±1,3%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	2% (±0,7%)	1% (±0,9%)	0% (±0,4%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.308	1.387	725	5.039
Amostra Ponderada	2.670	1.266	475	5.038
População Estimada	90.545.236	42.930.349	16.098.000	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

- (1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
- (2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.
- (3) A coluna 'Brasil' inclui quem respondeu 'Não sei/Prefiro não responder'.

Tabela 7: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação no mercado de trabalho - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Ocupado	Desocupado	Fora da força de trabalho	Brasil
Meios digitais	63% (±2,3%)	53% (±7,9%)	38% (±4,3%)	54% (±2,0%)
TV	29% (±2,3%)	39% (±8,0%)	51% (±4,4%)	37% (±2,0%)
Rádio	5% (±1,3%)	3% (±2,2%)	5% (±2,1%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	2% (±0,6%)	3% (±2,1%)	3% (±1,4%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	1% (±0,5%)	2% (±2,6%)	2% (±1,0%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	3.403	383	1.253	5.039
Amostra Ponderada	3.052	197	1.790	5.038
População Estimada	103.480.868	6.689.581	60.688.650	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 8: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por porte do município - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 50 mil habitantes	Mais de 50 mil até 500 mil habitantes	Mais de 500 mil habitantes	Brasil
Meios digitais	51% (±4,7%)	54% (±3,3%)	56% (±3,3%)	54% (±2,0%)
TV	40% (±4,5%)	37% (±3,5%)	35% (±3,3%)	37% (±2,0%)
Rádio	5% (±1,8%)	5% (±1,7%)	5% (±2,1%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	2% (±0,9%)	3% (±1,2%)	2% (±0,9%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	2% (±1,1%)	1% (±0,6%)	2% (±0,9%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	998	1.953	2.088	5.039
Amostra Ponderada	1.534	1.938	1.567	5.038
População Estimada	52.024.873	65.706.070	53.128.158	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 9: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação de domicílio - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Urbana	Rural	Brasil
Meios digitais	56% (±2,1%)	35% (±6,5%)	54% (±2,0%)
TV	36% (±2,1%)	47% (±6,5%)	37% (±2,0%)
Rádio	4% (±1,0%)	12% (±5,2%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	2% (±0,6%)	4% (±2,3%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	2% (±0,5%)	2% (±1,6%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	4.377	662	5.039
Amostra Ponderada	4.454	585	5.038
População Estimada	151.037.781	19.821.319	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 10: "Qual sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por religião/crença - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)						Brasil
	Católica	Evangélica	Espírita	Outra religião	Sem religião ou crença	Prefiro não responder	
Meios digitais	46% (±3,0%)	54% (±4,0%)	60% (±9,2%)	61% (±11,3%)	69% (±5,4%)	58% (±16,7%)	54% (±2,0%)
TV	44% (±3,1%)	38% (±4,1%)	33% (±9,1%)	21% (±7,1%)	24% (±4,7%)	34% (±16,8%)	37% (±2,0%)
Rádio	6% (±1,5%)	4% (±1,4%)	6% (±4,5%)	14% (±12,5%)	2% (±1,4%)	4% (±5,5%)	5% (±1,1%)
Jornais e revistas impressos	3% (±1,2%)	2% (±0,9%)	1% (±1,3%)	2% (±2,3%)	2% (±1,1%)	1% (±3,0%)	3% (±0,6%)
Não sei/Prefiro não responder	1% (±0,7%)	2% (±0,8%)	0% (±0,4%)	1% (±0,9%)	2% (±1,8%)	2% (±3,9%)	2% (±0,5%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.218	1.495	250	260	744	72	5.039
Amostra Ponderada	2.196	1.593	215	245	743	48	5.038
População Estimada	74.446.585	54.024.509	7.291.034	8.299.683	25.181.480	1.615.809	170.859.100

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.

(2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

Tabela 11: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por região - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	Brasil
Instagram	36% (±12,0%)	44% (±6,3%)	26% (±3,3%)	26% (±5,7%)	40% (±11,2%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	24% (±19,9%)	9% (±2,7%)	22% (±3,5%)	13% (±3,5%)	10% (±6,6%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	8% (±5,0%)	12% (±3,2%)	14% (±2,5%)	18% (±7,0%)	10% (±4,4%)	13% (±1,8%)
YouTube	6% (±4,8%)	12% (±3,4%)	11% (±2,6%)	10% (±3,4%)	13% (±6,2%)	11% (±1,7%)
Facebook	11% (±7,4%)	8% (±4,8%)	6% (±2,1%)	11% (±4,3%)	12% (±10,8%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	3% (±1,9%)	4% (±1,6%)	6% (±1,5%)	6% (±2,9%)	6% (±4,2%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	2% (±1,7%)	4% (±1,9%)	3% (±1,5%)	5% (±3,0%)	1% (±1,9%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	2% (±1,8%)	1% (±0,9%)	4% (±1,5%)	3% (±1,4%)	1% (±1,3%)	3% (±0,7%)
TikTok	4% (±4,1%)	1% (±0,9%)	2% (±1,1%)	3% (±1,6%)	3% (±2,6%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)	0% (±0,4%)	0% (±0,0%)	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)
Telegram	1% (±0,9%)	0% (±0,0%)	0% (±0,3%)	0% (±0,0%)	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	5% (±3,7%)	5% (±2,2%)	5% (±1,3%)	7% (±3,5%)	3% (±2,5%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	258	718	1.288	440	240	2.944
Amostra Ponderada	230	621	1.185	418	247	2.702

Tabela 11: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por região - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	Brasil
População Estimada	7.798.885	21.051.547	40.197.657	14.175.467	8.374.589	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.

(2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

(4) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 12: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por sexo - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Masculino	Feminino	Brasil
Instagram	26% (±3,0%)	39% (±4,5%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	17% (±2,5%)	16% (±4,5%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	15% (±2,5%)	12% (±2,6%)	13% (±1,8%)
YouTube	15% (±2,6%)	7% (±2,0%)	11% (±1,7%)
Facebook	7% (±1,8%)	9% (±3,6%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	6% (±1,4%)	5% (±1,4%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	3% (±1,1%)	3% (±1,5%)	3% (±0,9%)

Tabela 12: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por sexo - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Masculino	Feminino	Brasil
Twitter ou X	3% (±1,0%)	2% (±1,1%)	3% (±0,7%)
TikTok	3% (±1,1%)	2% (±0,8%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,3%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	5% (±1,4%)	5% (±1,5%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	1.792	1.152	2.944
Amostra Ponderada	1.392	1.309	2.702
População Estimada	47.191.424	44.406.720	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

(3) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 13: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por faixa etária - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	De 16 a 29 anos	De 30 a 39 anos	De 40 a 49 anos	De 50 a 59 anos	60 anos ou mais	Brasil
Instagram	47% (±5,0%)	33% (±5,3%)	22% (±5,0%)	17% (±5,4%)	9% (±6,3%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	13% (±3,4%)	20% (±7,5%)	19% (±4,8%)	15% (±4,2%)	17% (±8,7%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	13% (±3,6%)	13% (±3,2%)	16% (±4,0%)	13% (±3,7%)	13% (±5,4%)	13% (±1,8%)
YouTube	6% (±2,6%)	10% (±3,2%)	11% (±3,4%)	19% (±6,0%)	21% (±7,2%)	11% (±1,7%)
Facebook	7% (±2,8%)	8% (±4,3%)	12% (±6,1%)	9% (±3,7%)	6% (±3,1%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	3% (±1,4%)	4% (±1,7%)	8% (±2,3%)	9% (±4,3%)	7% (±4,3%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	2% (±1,5%)	3% (±1,8%)	2% (±1,3%)	7% (±4,1%)	5% (±4,5%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	4% (±1,5%)	2% (±0,8%)	1% (±1,0%)	1% (±1,0%)	5% (±5,0%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±0,9%)	2% (±1,4%)	2% (±1,4%)	2% (±1,8%)	5% (±4,6%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,1%)	0% (±0,3%)	0% (±0,5%)	0% (±0,2%)	1% (±1,2%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,3%)	0% (±0,4%)	0% (±0,2%)	0% (±0,0%)	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	3% (±1,3%)	4% (±1,8%)	5% (±2,4%)	7% (±3,4%)	12% (±5,7%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	700	779	741	441	283	2.944
Amostra Ponderada	951	712	531	283	223	2.702

Tabela 13: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por faixa etária - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)					
	De 16 a 29 anos	De 30 a 39 anos	De 40 a 49 anos	De 50 a 59 anos	60 anos ou mais	Brasil
População Estimada	32.258.353	24.158.042	18.015.216	9.599.155	7.567.378	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.
Notas:
(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.
(3) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 14: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por cor/raça - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Branca/Amarela	Preta/Parda/Indígena	Brasil
Instagram	29% (±3,7%)	35% (±3,8%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	18% (±3,1%)	15% (±4,1%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	14% (±3,0%)	13% (±2,1%)	13% (±1,8%)
YouTube	11% (±2,4%)	11% (±2,3%)	11% (±1,7%)
Facebook	8% (±3,1%)	8% (±2,5%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	6% (±1,6%)	5% (±1,2%)	5% (±1,0%)

Tabela 14: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por cor/raça - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Branca/Amarela	Preta/Parda/Indígena	Brasil
Whatsapp	3% (±1,4%)	3% (±1,2%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	4% (±1,4%)	2% (±0,7%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±1,0%)	2% (±1,0%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,1%)	0% (±0,3%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	4% (±1,4%)	5% (±1,4%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	1.341	1.603	2.944
Amostra Ponderada	1.236	1.465	2.702
População Estimada	41.899.777	49.698.367	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

- (1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
- (2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.
- (3) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 15: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por escolaridade - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)				
	Até ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto ou mais	Brasil
Instagram	21% (±8,6%)	37% (±7,4%)	37% (±4,4%)	31% (±3,4%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	19% (±13,7%)	11% (±4,0%)	14% (±3,0%)	20% (±2,8%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	11% (±6,3%)	11% (±3,7%)	15% (±3,2%)	14% (±2,3%)	13% (±1,8%)
YouTube	5% (±3,3%)	13% (±5,3%)	11% (±2,8%)	12% (±2,8%)	11% (±1,7%)
Facebook	22% (±11,2%)	7% (±2,7%)	8% (±2,3%)	4% (±1,2%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	5% (±3,2%)	4% (±2,7%)	4% (±1,4%)	8% (±1,8%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	6% (±4,0%)	6% (±3,3%)	3% (±1,2%)	2% (±1,3%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	0% (±0,0%)	1% (±1,1%)	2% (±0,9%)	5% (±1,8%)	3% (±0,7%)
TikTok	4% (±2,9%)	5% (±2,9%)	2% (±1,0%)	1% (±0,6%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,6%)	0% (±0,0%)	0% (±0,1%)	1% (±0,4%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,0%)	0% (±0,3%)	0% (±0,3%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	7% (±4,3%)	5% (±2,9%)	5% (±1,8%)	3% (±1,0%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	167	370	955	1.452	2.944

Tabela 15: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por escolaridade - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)				
	Até ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto ou mais	Brasil
Amostra Ponderada	385	336	1.068	912	2.702
População Estimada	13.048.801	11.404.758	36.207.538	30.937.047	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.

(2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

(4) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 16: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por renda familiar em salários mínimos - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 2 salários mínimos	Mais de 2 até 6 salários mínimos	Mais de 6 salários mínimos	Brasil
Instagram	33% (±4,3%)	32% (±4,6%)	29% (±5,6%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	15% (±4,7%)	18% (±4,2%)	19% (±4,7%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	14% (±3,0%)	12% (±3,3%)	14% (±3,6%)	13% (±1,8%)

Tabela 16: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por renda familiar em salários mínimos - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 2 salários mínimos	Mais de 2 até 6 salários mínimos	Mais de 6 salários mínimos	Brasil
YouTube	10% (±2,4%)	13% (±3,2%)	11% (±5,2%)	11% (±1,7%)
Facebook	10% (±3,2%)	8% (±2,5%)	4% (±4,2%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	5% (±1,5%)	5% (±1,6%)	10% (±3,4%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	5% (±1,9%)	1% (±0,5%)	3% (±2,4%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	1% (±0,5%)	4% (±1,8%)	5% (±2,6%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±1,1%)	2% (±1,1%)	2% (±2,3%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,2%)	0% (±0,3%)	0% (±0,6%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,2%)	0% (±0,3%)	0% (±0,6%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	5% (±1,6%)	5% (±2,0%)	2% (±1,2%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	1.103	908	573	2.944
Amostra Ponderada	1.193	807	372	2.702
População Estimada	40.457.649	27.346.929	12.619.064	91.598.144

Tabela 16: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por renda familiar em salários mínimos - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 2 salários mínimos	Mais de 2 até 6 salários mínimos	Mais de 6 salários mínimos	Brasil

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) A coluna 'Brasil' inclui quem respondeu 'Não sei/Prefiro não responder'.

(3) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 17: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação no mercado de trabalho - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Ocupado	Desocupado	Fora da força de trabalho	Brasil
Instagram	31% (±2,7%)	37% (±9,9%)	36% (±7,1%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	16% (±2,3%)	15% (±6,5%)	17% (±7,7%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	15% (±2,3%)	14% (±5,9%)	10% (±3,1%)	13% (±1,8%)
YouTube	11% (±2,0%)	5% (±3,2%)	10% (±3,5%)	11% (±1,7%)
Facebook	8% (±1,8%)	9% (±4,7%)	9% (±6,0%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	6% (±1,3%)	3% (±2,4%)	3% (±1,4%)	5% (±1,0%)

Tabela 17: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação no mercado de trabalho - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Ocupado	Desocupado	Fora da força de trabalho	Brasil
Whatsapp	3% (±1,0%)	5% (±3,8%)	4% (±2,3%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	3% (±0,9%)	4% (±2,9%)	2% (±1,5%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±0,8%)	4% (±3,1%)	2% (±1,5%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,2%)	1% (±1,5%)	0% (±0,1%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,2%)	0% (±1,0%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	4% (±1,1%)	3% (±2,8%)	6% (±2,6%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.220	216	508	2.944
Amostra Ponderada	1.909	105	686	2.702
População Estimada	64.756.087	3.572.659	23.269.398	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

(3) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 18: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por porte do município - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 50 mil habitantes	Mais de 50 mil até 500 mil habitantes	Mais de 500 mil habitantes	Brasil
Instagram	31% (±6,0%)	34% (±3,9%)	32% (±4,1%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	15% (±7,3%)	16% (±3,0%)	19% (±3,1%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	15% (±4,7%)	14% (±2,6%)	12% (±2,2%)	13% (±1,8%)
YouTube	10% (±3,2%)	10% (±2,1%)	13% (±3,5%)	11% (±1,7%)
Facebook	12% (±5,5%)	8% (±2,5%)	6% (±1,9%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	4% (±1,9%)	6% (±1,6%)	6% (±1,6%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	5% (±2,4%)	3% (±1,6%)	1% (±0,7%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	1% (±1,0%)	2% (±0,8%)	5% (±1,9%)	3% (±0,7%)
TikTok	3% (±1,8%)	2% (±0,9%)	2% (±1,1%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,0%)	0% (±0,3%)	1% (±0,4%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,3%)	0% (±0,3%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	5% (±2,1%)	5% (±1,7%)	5% (±1,4%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	535	1.171	1.238	2.944

Tabela 18: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por porte do município - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)			
	Até 50 mil habitantes	Mais de 50 mil até 500 mil habitantes	Mais de 500 mil habitantes	Brasil
Amostra Ponderada	782	1.046	874	2.702
População Estimada	26.504.228	35.463.591	29.630.325	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(2) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 19: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação de domicílio - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Urbana	Rural	Brasil
Instagram	31% (±2,7%)	47% (±12,3%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	17% (±2,8%)	6% (±3,1%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	14% (±1,9%)	11% (±6,3%)	13% (±1,8%)
YouTube	11% (±1,7%)	11% (±6,7%)	11% (±1,7%)
Facebook	8% (±2,1%)	6% (±3,4%)	8% (±2,0%)

Tabela 19: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por situação de domicílio - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)		
	Urbana	Rural	Brasil
Jornais e revistas digitais	6% (±1,1%)	2% (±1,9%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	3% (±1,0%)	5% (±3,4%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	3% (±0,8%)	1% (±1,4%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±0,7%)	4% (±3,9%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,2%)	0% (±0,5%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	5% (±1,1%)	5% (±3,2%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%
Amostra Observada	2.690	254	2.944
Amostra Ponderada	2.498	203	2.702
População Estimada	84.698.675	6.899.469	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

- (1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.
- (2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.
- (3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.
- (4) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.

Tabela 20: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por religião/crença - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)						
	Católica	Evangélica	Espírita	Outra religião	Sem religião ou crença	Prefiro não responder	Brasil
Instagram	33% (±4,1%)	38% (±5,2%)	24% (±8,4%)	31% (±10,3%)	25% (±5,9%)	22% (±15,6%)	32% (±2,7%)
Portais de notícias	14% (±2,9%)	15% (±3,3%)	9% (±5,3%)	18% (±9,2%)	26% (±9,6%)	27% (±20,9%)	17% (±2,6%)
Outras páginas na internet ou aplicativos	12% (±2,4%)	14% (±3,5%)	21% (±8,9%)	15% (±7,4%)	14% (±4,9%)	13% (±11,2%)	13% (±1,8%)
YouTube	12% (±3,1%)	8% (±2,5%)	15% (±8,9%)	12% (±5,6%)	11% (±3,5%)	11% (±9,6%)	11% (±1,7%)
Facebook	8% (±2,3%)	9% (±4,0%)	3% (±3,3%)	4% (±4,3%)	9% (±6,2%)	1% (±2,0%)	8% (±2,0%)
Jornais e revistas digitais	5% (±1,6%)	5% (±1,9%)	9% (±4,4%)	8% (±4,5%)	4% (±2,0%)	3% (±4,8%)	5% (±1,0%)
Whatsapp	5% (±2,0%)	2% (±1,1%)	1% (±1,4%)	3% (±2,9%)	2% (±2,2%)	1% (±3,0%)	3% (±0,9%)
Twitter ou X	2% (±1,3%)	1% (±0,7%)	5% (±4,0%)	2% (±2,4%)	4% (±2,3%)	7% (±11,0%)	3% (±0,7%)
TikTok	2% (±1,1%)	2% (±1,2%)	6% (±6,0%)	3% (±2,7%)	1% (±1,0%)	4% (±7,5%)	2% (±0,7%)
Podcasts	0% (±0,3%)	0% (±0,1%)	0% (±0,0%)	0% (±0,7%)	1% (±0,5%)	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)
Telegram	0% (±0,2%)	0% (±0,4%)	0% (±0,0%)	0% (±0,6%)	0% (±0,0%)	0% (±0,0%)	0% (±0,2%)
Não sei/Prefiro não responder	6% (±1,9%)	4% (±1,6%)	7% (±5,4%)	4% (±3,4%)	4% (±2,0%)	12% (±12,0%)	5% (±1,0%)
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Amostra Observada	1.158	884	166	174	516	46	2.944
Amostra Ponderada	1.017	864	128	150	514	28	2.702

Tabela 20: "Qual meio digital é a sua principal fonte de informação sobre notícias e atualidades?" por religião/crença - Brasil - 2025

	Estimativa (± margem de erro)						Brasil
	Católica	Evangélica	Espírita	Outra religião	Sem religião ou crença	Prefiro não responder	
População Estimada	34.489.246	29.286.358	4.357.696	5.090.359	17.434.851	939.633	91.598.144

Fonte: Instituto de Pesquisa DataSenado - coleta de 21.2 a 1.3.2025.

Notas:

(1) Estimativas com margens de erro altas, por exemplo, maiores que 10%, devem ser analisadas com ressalvas. Para mais informações, vide método da pesquisa.

(2) Soma dos percentuais difere de 100% devido ao arredondamento.

(3) Diferenças entre totais estimados, para o Brasil, ocorrem devido ao arredondamento.

(4) Questão respondida por quem declarou que a principal fonte de informação sobre notícias e atualidades é o meio digital.