



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Aplicadas e Educação – CCAE
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas – DCSA
Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis

O Uso da Informação Contábil Diante da Presença das *Fake News* na Sociedade: Uma observação sob a ótica dos alunos de contabilidade da UFPB

Contabilidade Societária

José Luis de Oliveira Teixeira – UFPB – jluisot@gmail.com
Dr. Luiz Marcelo Martins do Amaral Carneiro Cabral – UFPB – luizmarcelocb@hotmail.com

Dr. João Marcelo Alves Macêdo – UFPB – joao.marcelo@academico.ufpb.br
Dr. Luiz Gustavo de Sena Brandão Pessoa – UFPB – gustavobrandao@bol.com.br

Resumo

As informações geradas pela contabilidade servem como instrumento de informação e se forem bem aplicadas e interpretadas elas promovem a melhoria contínua das atividades e dos processos de uma entidade e devem servir para respaldar as decisões de seus usuários. As diversas transformações, o auxílio dos recursos tecnológicos, modificaram o processo de como as informações chegam até os seus receptores e de como elas são disseminadas entre eles. Facilitando a divulgação das *fake news*, que podem causar danos econômicos, financeiros e de reputação para as organizações. De tal forma podemos observar a seguinte questão: as *fake news* tem afetado o contexto da contabilidade e das empresas a ponto de gerar dificuldades em suas atividades? A pesquisa foi de natureza quali-quantitativa e também sendo exploratória e descritiva. Foi elaborado um questionário de pesquisa e aplicado entre os alunos de contabilidade da UFPB para o levantamento de dados. Conforme a observação dos alunos as *fake news* prejudicam a credibilidade dos meios de comunicação e podem afetar as decisões dos usuários da informação contábil e as atividades do profissional contábil, representando ameaça e risco para as empresas. E apontam que a contabilidade pode assumir um papel importante no combate dessas notícias. Sendo importante desenvolver maneiras de reduzir os impactos que podem ser causados. Assim os alunos identificam as *fake news* como um fator de risco, capaz de afetar as organizações e a estabilidade do mercado.

Palavras- chave: Informação. *Fake news*. Informação contábil

1 Introdução

A Contabilidade é uma ciência social que tem como um dos seus objetivos apresentar informação adequada para os diversos usuários, atendendo suas necessidades e servindo de parâmetro a suas análises e tomada de decisão.

Informações relevantes para uma organização podem ser extraídas a partir da observação do seu entorno, como também, por meio do levantamento interno ao longo de sua operação. Desta forma, a contabilidade apresenta recursos que ajudam os gestores a se beneficiarem das informações geradas e que são eficazes na gestão do negócio.

Se forem bem aplicadas e interpretadas elas promovem a melhoria contínua das atividades e dos processos de uma entidade, além de aperfeiçoar recursos financeiros, gera maior rentabilidade, reduz custos operacionais, e mantém a entidade frente às constantes mudanças tecnológicas que ocorrem com a globalização dos mercados. De acordo com Filipini (2018, p. 06), as informações geradas pela contabilidade servem como “instrumento de informação para diversos grupos de usuários que compreendem as pessoas físicas ou jurídicas, e podem ser credor, clientes, financiadores de qualquer natureza, sindicatos, governo, prefeitura, empresas públicas ou privadas entre outros” (Filipini, 2018).

Assim fica clara a funcionalidade da informação contábil e como ela pode desempenhar um papel importante para as entidades, com base na sua qualidade e confiança, permitindo que estas organizem e definam suas atividades e ações de forma coerente e em direção aos seus objetivos e necessidades. Para Szuster (2005), é fundamental que os profissionais da contabilidade sejam proativos procurando sempre alternativas para aperfeiçoamento da capacidade informacional, provendo os usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física, e de produtividade, com relação à entidade.

Portanto a informação contábil é utilizada com o intuito de trazer benefício para a entidade, como auxiliar seus usuários; sendo imprescindível sua clareza e confiança, evitando aspectos que possam comprometê-la. De tal forma podemos observar a seguinte questão: as *fake news* tem afetado o contexto da contabilidade e das empresas a ponto de gerar dificuldades em suas atividades?

Seguindo esta abordagem, o trabalho teve como objetivo: observar se as *fake news* tem influenciado as decisões de consumo e de gestão dos indivíduos no contexto da contabilidade e das empresas sob a ótica de observação dos alunos de contabilidade da UFPB. E os seguintes objetivos específicos: 1-identificar os possíveis problemas e consequências que a informação em massa e as *fake news* podem trazer para a contabilidade; 2- observar de que forma elas podem influenciar a gestão das empresas; 3- identificar quais os fatores e ferramentas que possibilitam a geração dos problemas que envolvem a informação em massa e as *fake news*.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Confiabilidade da informação contábil

Podemos observar a relevância da contabilidade a partir das informações apresentadas aos seus usuários, que irão analisar e empregá-las de maneira satisfatória aos seus objetivos. Sendo utilizadas para evidenciar os fatos que alteram o patrimônio de uma organização.

Pois de acordo com Faria, Oliveira e Lopes (2013), a importância dessas informações é perceptível através da capacidade que elas possuem de revelar as implicações dos fatos contábeis sobre os resultados econômicos e financeiros de uma entidade; bem como o seu desenvolvimento, riscos e oportunidades inerentes ao negócio. E devem servir para respaldar as decisões de seus usuários, de forma que proporcionem decisões racionais.

Conforme Pinheiro e Salotti (2017), a eficiente divulgação da informação contábil deve estar associada à representação fidedigna, em que a informação contábil-financeira tem o objetivo de apresentar a substância econômica da transação ou evento que se pretende representar (“essência sobre a forma”). A informação contábil deve ser apresentada de forma clara e objetiva, contribuindo com o entendimento, interpretação e aplicação por parte do usuário, permitindo seu benefício e o da organização.

Sousa *et al* (2016, p. 03) enfatiza a importância da informação como recurso efetivo para as organizações, “principalmente quando planejada e disponibilizada de forma personalizada com qualidade inquestionável e preferencialmente antecipada para facilitar as decisões”. Isso possibilita a redução de incertezas, a probabilidade de realizar melhores escolhas e o melhor desempenho nas atividades (Sousa *et al*, 2016 p. 03).

Sendo assim, o tipo de informação e sua qualidade podem ser determinantes para proporcionar benefícios aos usuários, adquirindo valor à medida que apresentam a capacidade de afetar suas decisões. O usuário também pode fazer o julgamento de sua qualidade, avaliando-a em função de sua adequação e satisfação aos fins que ela se destina.

Portanto, o empenho da contabilidade para atingir o objetivo de apresentar informação relevante e útil, tendo elas qualidade e confiança, é de significativa importância, pois têm a possibilidade de contribuir para maiores/melhores resultados das organizações, quando elas aproveitam de forma adequada o potencial de tais informações.

Que podem estar ligadas a aspectos como a compra e venda de instrumentos patrimoniais, avaliação e desempenho da administração da entidade, avaliar a segurança quanto à recuperação dos recursos financeiros emprestados à entidade, determinar políticas tributárias, dentre outros.

Pois de acordo com Faria, Oliveira e Lopes (2013, p. 05), “a contabilidade é um meio que pode viabilizar a elaboração de informações transparentes, favoráveis e apropriadas, possuindo a capacidade de registrar os fatos econômicos e financeiros que ocorrem no âmbito da empresa de forma que supra e avalie o processo de gestão, passando a ter fundamental importância para a tomada de decisão”. Desta forma podemos observar a relevância da informação contábil produzida e os benefícios que ela pode proporcionar quando aplicada de maneira eficiente.

A informação contábil precisa transmitir segurança aos seus usuários, dando o suporte necessário para a tomada de decisão e satisfazendo suas necessidades, cuja ação irá ocorrer após certa análise. De tal forma a contabilidade precisa preservar a confiança de sua informação, pois ela pode ser empregada como um recurso capaz de influenciar a atividade organizacional interna ou externamente.

Pois conforme Santos (1998, p. 03) “a confiabilidade de uma mensuração é assegurada pela fidelidade ou exatidão com que ela representa o que se propõe a representar, assegurando ao usuário a inexistência de erros ou viés materiais”; portanto, para ser confiável, a informação tem que ter fidelidade representativa e ser verificável e neutra. Confiabilidade é um atributo que confere valor real à informação. Credibilidade no conteúdo e na fonte da informação. Relacionada à ideia de autoridade cognitiva.

Valente e Fujino (2016) destacam uma abordagem que para a qualidade da informação alguns atributos ou dimensões devem ser observados, como: Abrangência, relacionada ao valor intrínseco da informação; Acessibilidade, importância em termos de redução do tempo necessário ao acesso à informação; Atualidade, referindo-se à consonância com o ritmo de produção da informação, opondo-se à obsolescência; Confiabilidade, em termos da credibilidade no conteúdo e na fonte da informação; Objetividade, ligada ao valor intrínseco da informação; Precisão, remetendo à forma de registro fiel ao fato que representa e Validade, pressupondo integridade da fonte de informação.

As organizações estão inseridas em um contexto atualizado de fluxo constante e acelerado de dados e informações que passam a ser necessários para sua operação e permanência no mercado. Segundo Werthein (2000), tal ambiente faz parte de um “novo paradigma técnico-econômico” e se referem as transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como “fator-chave” os insumos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações.

O autor também relata que as transformações em direção à sociedade da informação, em estágio avançado nos países industrializados, constituem uma tendência dominante mesmo para economias menos industrializadas e definem um novo paradigma, o da tecnologia da informação, que expressa à essência da presente transformação tecnológica em suas relações com a economia e a sociedade (Werthein, 2000).

Mediante o determinado cenário da informação em massa e dos meios tecnológicos que facilitam sua disseminação em ritmo elevado. Passa a surgir para a contabilidade a necessidade de preservar a confiabilidade de suas informações diante da grande quantidade de informação presente na sociedade, dos mais diversos critérios e segmentos.

A contabilidade deve estar atenta para que tais aspectos não venham comprometer a relevância e qualidade das informações contábeis; nem tampouco diminuir seu potencial de influenciar a tomada de decisão dos usuários. Mantendo os critérios fundamentais para sua evidenciação e para que seja percebida como uma informação diferenciada em relação as demais, já que é uma informação precisa e que deve atender as necessidades dos usuários da contabilidade.

De acordo com Holanda, Lavor Filho e Antunes (2019), com base em Byung-Chul Han (2016) ao observar o meio digital, aponta que não necessariamente o consumo de uma maior quantidade de informação conduz a melhores decisões ou nos deixa mais lúcidos perante o obscuro; considerando que, a partir de certo ponto, a informação deixa de comunicar e passa a apenas acumular; podendo até transmitir uma comunicação equivocada, como é o caso das *fake news*.

2.2 Utilização das mídias e o fenômeno das *fake news*

Os avanços tecnológicos, as inter-relações em rede e os diversos benefícios que proporcionam são fatores que estão modificando o contexto social, fazendo surgir inovações e ferramentas que trazem consigo novos aspectos para a realidade. Desta forma as plataformas digitais, as redes sociais, a conexão, a rapidez da informação, permitiram a divulgação das *fake news*.

Pois conforme Costa (2019, p. 02), “em uma sociedade que vem se direcionando a um caminho cada vez mais digital, as relações sociais e de consumo vem se adequando a essa dimensão e se concentrando diariamente ainda mais inerentes a elas”. As diversas transformações, o auxílio dos recursos tecnológicos, modificaram o processo de como as informações chegam até os seus receptores e de como elas são disseminadas entre eles.

Com o avanço das tecnologias, a população mundial vem ganhando cada vez mais acesso livre as informações, nos dias atuais a internet não é mais um artigo de luxo, as notícias falsas por sua vez vem ganhando mais espaço nesse meio, com o excesso de informação no dia-a-dia, poucas pessoas param para verificar a real procedência das notícias que acessam. A sociedade teve um grande ganho, podendo se comunicar mesmo em longas distâncias em um curto espaço de tempo e se atualizar sobre as notícias com maior facilidade, no entanto surgiram desafios sobre a legitimidade desses apontamentos que chegam com maior velocidade à população (Santos; Marques, 2018). Conforme Petratos (2021, p. 05):

As tecnologias digitais trouxeram outra transformação da mídia. Uma característica fundamental da transformação digital é a transição de um modelo de negócios linear e publicação de notícias offline para um modelo de negócios de mercado/plataforma multifacetado e publicação de notícias online. A mudança de um modelo de negócios offline para um on-line aumenta os riscos cibernéticos. A mídia social é outra importante inovação transformacional na indústria da mídia (Petratos, 2021, p. 05).

Nesse sentido a transformação digital tem modificado a forma de comunicação na sociedade como também a relação entre as empresas com seus clientes e parceiros, impulsionando o uso das mídias e ferramentas tecnológicas que se incorporam aos seus processos.

Para Rocha, Lavarda e Silveira (2018), tal fenômeno ocorre devido a uma relação: uma quebra de credibilidade da mídia de referência juntamente com o avanço da produção e compartilhamento de conteúdo nas redes sociais. De tal maneira facilitando a ampla disseminação de conteúdo que pode estar inadequado, sem demonstrar confiança naquilo que está sendo transmitido.

Sendo as *fake news* conceituadas de um modo geral como matérias das mais diversas vertentes que são intencionalmente falsas e que tem como objetivo enganar as pessoas de algum modo com o seu material. De modo geral, a absorção de conteúdos falsos, traz consigo uma série de danos que muitas vezes, mesmo que absurdos, o processo para desmenti-los ainda é árduo e incerto (Costa, 2019).

Elas podem causar consequências indesejáveis que podem repercutir nos mais diversos campos, sejam eles sociais, econômicos, políticos, pessoais, psicológicos; sendo assim, as *fake news* podem ser causadoras de impactos negativos, ocasionando dificuldades para os diversos sujeitos por elas afetados. Podendo haver a necessidade de se apresentar contraponto ou reação mediante a gravidade dos impactos gerados.

Diante desse risco as organizações precisam demonstrar que são confiáveis e que cumprem com as boas práticas de mercado. Adotando através de seus setores de Comunicação, Marketing e Relações Públicas, estratégias que reforcem a sua reputação; demonstrando os esforços e os resultados obtidos pela marca; contornando crises de imagem; lidando com o assédio midiático; dentre outros.

Conforme Wardle e Derakhshan (2018, p. 06) as notícias falsas podem ser classificadas em três categorias: 1) Desinformação: informações falsas criadas deliberadamente para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país; 2) Desinformação: informação que é falsa, mas não foi criada com a intenção de causar dano; e 3) Desinformação: informações baseadas na realidade, usadas para infligir danos a uma pessoa, organização ou país (Wardle e Derakhshan, 2018, p. 06).

Atenta a este movimento, a ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial tem encabeçado diversas frentes sobre o tema. A segunda edição da pesquisa “*Fake News: Os desafios das Organizações*” traz números significativos sobre o impacto da pulverização da desinformação nas empresas. Participaram da pesquisa 62 organizações e metade destas entrevistadas já foram alvo de *fake news*.

De acordo com Hamilton dos Santos, diretor-executivo da Aberje, a pesquisa tem por objetivo conhecer a dimensão do problema e os mecanismos que podem contribuir para mitigar a propagação das *fake news*. Pois é possível observar que há uma necessidade crescente nas organizações de incluir a desinformação no *compliance* e na matriz de riscos (Brasil, 2022).

Existe por parte das organizações certa preocupação com as *fake news* e as consequências que podem causar, levando-as a realizar o monitoramento de notícias na mídia sobre sua marca e até definir um comitê estruturado para lidar com uma eventual

desinformação. O enfrentamento da questão das *fake news* até o momento ainda é desordenado em boa parte do mundo. A tarefa começou de maneira informal e, aos poucos, se estrutura.

A necessidade de utilização dos recursos tecnológicos faz com que os diversos segmentos estejam condicionados a utilizar suas ferramentas. De tal forma, a contabilidade se faz presente nos meios digitais, na rede, utilizando mídias e também transmitindo e transportando suas informações.

Também utilizando a Tecnologia da Informação (TI) de forma estratégica para gerenciar informações, pois o valor da informação é o modo de auxiliarem na tomada de decisão para alcançar as metas da entidade – se valendo também do uso de Sistemas de Informação em suas atividades. De acordo com Oliveira e Pereira (2016), o contabilista deve encarar a tecnologia da informação em termos estratégicos, por ser um recurso que afeta diretamente a sobrevivência das organizações.

Pois conforme Petratos (2021), a informação digitalizada está se tornando um elemento essencial de produtos e serviços, e também de sistemas corporativos e negócios, nos quais componentes digitais e físicos são integrados. As informações que as empresas usam e criam, e o amplo espectro de tecnologias usadas para processar essas informações, podem transformar setores, remodelar a vantagem competitiva dos negócios e estimular a inovação.

Devido a sua presença e atuação nos ambientes onde transitam as informações em massa e as *fake news*, a contabilidade deve ter devida atenção para não ter suas informações afetadas por tais aspectos, reduzindo sua credibilidade. E também para não serem assemelhadas a elas como informação produzida sem devida preocupação nos critérios a um ritmo frequente e sem utilidade positiva.

Informações enganosas geralmente aparecem na forma de desinformação. Embora esse seja um problema considerável há algum tempo, fatores como o aumento contínuo na frequência e sofisticação de ataques cibernéticos, interferência eleitoral e crises como a “infodemia” do COVID-19 o tornaram um problema urgente para as empresas. Informações enganosas representam ameaças e riscos significativos para as empresas, podendo ameaçar nomes de marcas e potencialmente afetar o consumo de produtos ou serviços.

Alguns dos principais impactos para as organizações relacionados com a publicação e disseminação de *fake news* são: danos causados à reputação da marca; danos causados à imagem da organização; perdas econômicas financeiras; danos à credibilidade da organização e danos à reputação da liderança da organização.

Mediante a ação dos elementos que facilitam a divulgação da desinformação é importante desenvolver maneiras de checar o conteúdo e de reduzir os impactos que podem ser causados. Uma maneira de reduzir os impactos gerados pelas *fake news* é ajudar consumidores e empresas de tecnologia a estabelecer diretrizes, métricas de confiança e algoritmos de classificação que atribuam pesos mais altos a fontes sabidamente confiáveis, críveis e conhecidas. E os entes governamentais podem ser árbitros reguladores e fiscalizadores sobre *fake news*. Todavia, boa parte deles não consegue se aglutinar em uma iniciativa única de ação (Brasil, 2022).

De acordo com Bozarth e Budak (2021), a busca por soluções baseadas no mercado enfrentará menos obstáculos legais em comparação com uma solução legal patrocinada pelo Estado devido à margem de manobra considerável dada aos provedores de serviços de informática para definir e bloquear conteúdo questionável.

Sendo assim, a contabilidade deve utilizar as mídias na medida necessária e permanecer apresentando sua informação de forma bem definida e profissional. Com clareza e precisão por ser uma informação que possui um propósito a que se destina, mantendo sua confiança e representação da ciência contábil.

Sendo importante que a informação contábil não seja afetada por fatores que possam desvirtuá-la dos seus objetivos, preservando a sua qualidade e adequada apresentação aos usuários.

2.3 A Informação no mercado financeiro

As empresas têm a necessidade de financiar seus projetos, tendo assim, que levantar os recursos para tal. Quando seus próprios recursos não são suficientes e existe a necessidade de maior captação destes, elas analisam no mercado as possibilidades de obtê-los. Pois conforme De Amorim (2015), o sistema financeiro promove a troca de recursos de poupadores para empreendedores, seja direta ou indiretamente através de sucessivas intermediações.

O sistema de intermediação financeira encarrega-se de promover, mediante determinada remuneração, o encontro de recursos de múltiplos poupadores com os de múltiplos empreendedores. Assim, o sistema financeiro viabiliza a compatibilização das necessidades de uns com as disponibilidades de outros (De Amorim, 2015).

Neste ambiente de negociação e relacionamento entre as companhias, os investidores e os poupadores é imprescindível que as informações apresentadas sejam seguras e confiáveis. Pois de acordo com Silva, Mazzioni e Vargas (2020), as demonstrações contábeis, bem como a sua evidenciação, propiciam ao meio corporativo, informações relevantes para a tomada de decisão. Desta forma, as informações relativas às estratégias adotadas pelas companhias, quando evidenciadas, contribuem para uma menor volatilidade das ações.

Os fatores de análise da qualidade da informação contábil manifestam relevância na medida em que a informação de qualidade reduz o grau de incertezas, melhora a relação da empresa com investidores e o meio corporativo, eleva a reputação da companhia e contribui para o direcionamento de um caminho prudente e eficaz. Sendo as empresas de capital aberto constantemente analisadas por meio de alguns elementos de reputação corporativa, como o valor da marca como investimento de longo prazo; sua solidez financeira e qualidade da gestão realizada e demonstrada publicamente (Silva; Mazzioni e Vargas, 2020).

Conforme Santos e Santos (2005) a informação é uma das principais matérias-primas do mercado financeiro, seja ela passado, presente ou expectativas futuras. É por intermédio dela que investidores direcionam seus investimentos; estimam rendimentos futuros; dimensionam o tamanho de seus riscos e qual o prêmio que exigirão para transferi-los a terceiros. Assim preservar a qualidade da informação e evitar a influência negativa das *fake news* é uma maneira de contribuir com a boa aplicação da informação no mercado.

De acordo com Paula (2013), um sistema financeiro funcional seria aquele que provê a melhor distribuição de informação para guiar consumidores e poupadores na alocação intertemporal da renda e riqueza, contribuindo para superar (parcialmente) a assimetria de informações entre poupadores e investidores, o que contribui para um melhor gerenciamento de risco na atividade de intermediação financeira. Sendo essencial manter a percepção dos investidores e das empresas de que suas negociações estão sendo processadas com base em informações sólidas e confiáveis.

3 Procedimentos metodológicos

A pesquisa é de natureza quali-quantitativa, pois se concentra em compreender aspectos ligados à informação contábil, observando a presente influência das *fake news* no contexto das empresas, dos usuários da informação contábil e dos profissionais. E foi utilizado técnicas estatísticas para o tratamento dos dados. Também sendo exploratória, devido à busca por

maior familiaridade com o problema; e descritiva para maiores explanações sobre a temática. Conforme Gil (2008), a pesquisa descritiva tem a função de identificar características determinantes de uma população ou fenômeno e, também, relacionar pontos em comum entre as variáveis.

Também contando com pesquisas bibliográficas em artigos, revistas e periódicos para o embasamento da pesquisa. E como método para o desenvolvimento do trabalho e coleta de informações foi elaborado e utilizado um questionário de pesquisa que foi aplicado entre os alunos do curso de Contabilidade da UFPB. As questões foram definidas com base nas ideias apresentadas nos artigos utilizados para a construção do trabalho.

A aplicação do questionário ocorreu de forma presencial abordando os alunos do curso no ambiente da universidade (Campus IV), principalmente em sala de aula contando com a permissão dos professores para a aplicação do mesmo. E também foi utilizado o questionário de forma on-line para a coleta de dados entre os alunos de contabilidade do Campus – I (João Pessoa – PB).

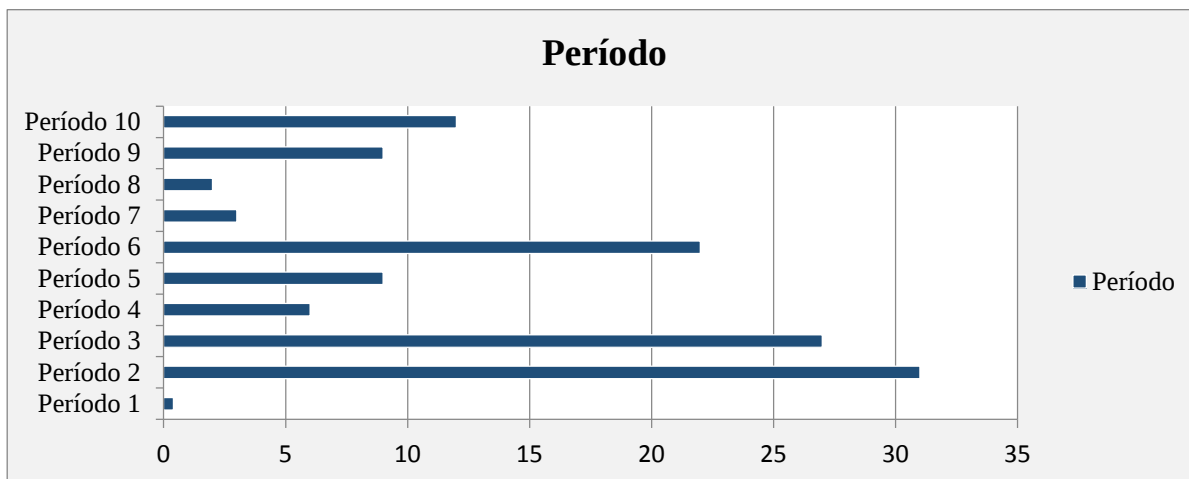
O processo de pesquisa é uma ferramenta essencial para produção do conhecimento, posto que, exerce um papel investigativo, e atua como uma peça fundamental que propicia à sociedade a desenvolver-se, encontrar soluções e explicação para as diversas perguntas. É um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos (Gil, 2008). O trabalho se dispôs a explorar os aspectos relacionados à temática em meio ao contexto da contabilidade e das empresas.

4 Apresentação e análise dos resultados

Compreender a perspectiva e o entendimento dos alunos acerca das informações falsas no âmbito da Contabilidade e do mercado é um fator interessante capaz de apontar determinadas influências e dificuldades que os indivíduos e futuros profissionais possam se deparar.

Participaram da pesquisa 121 (cento e vinte e um) alunos do curso de Contabilidade do Campus IV e Campus I (UFPB). A maior parte dos alunos tem idade entre 18 e 29 anos. Os alunos com idade de 18 a 23 anos representaram 61% e com idade de 24 a 29 anos foram 24% e 10% com idade de 30a 35 anos.

A respeito do período em curso as maiores participações foram dos alunos do período 2 – 26%, período 3 – 22% e período 6 – 18%, totalizando 66% dos participantes.



Fonte: Elaboração própria

Sobre a facilidade de distinguir entre notícias falsas e verdadeiras, 57% dos alunos concordaram que podem distinguir facilmente entre notícias falsas e verdadeiras e 9% concordaram totalmente com este ponto, totalizando 67%. Porém uma porcentagem de 22% permaneceu neutra e 11% discordaram, indicando que é necessário que haja certa análise das notícias para confirmar a sua veracidade diante de alguns fatores que possam trazer dificuldades a esta análise.

Quanto à possibilidade das notícias falsas prejudicarem a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais, houve uma confirmação por parte dos alunos, pois 38% concordaram e 59% concordaram totalmente que os meios de comunicação são prejudicados pelas notícias falsas. O que reflete o entendimento que as *fake news* podem alterar o normal funcionamento do mercado e do contexto social, pois divulgam informações que não são confiáveis e com o intuito de gerar manipulações.

Pois conforme Lazer (2018), as notícias falsas são informações fabricadas que imitam o conteúdo da mídia noticiosa na forma, mas não no processo ou intenção organizacional. Os meios de comunicação de notícias falsas, por sua vez, carecem das normas e processos editoriais dos meios de comunicação para garantir a precisão e a credibilidade da informação.

Sobre a verificação de fatos como uma estratégia eficaz na luta contra as *fake news*, houve a compreensão da importância de verificar fatos para que as informações sejam confiáveis, auxiliando as pessoas a distinguirem entre notícias falsas e verdadeiras a fim de que haja o bom entendimento e utilização da informação recebida.

Tabela 1					
Afirmações	Alternativas				
	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente
Acredito que posso distinguir facilmente entre notícias falsas e verdadeiras	1%	11%	22%	57%	9%
Penso que as notícias falsas prejudicam significativamente a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais	-	3%	-	38%	59%
Estou confiante de que a verificação de fatos é uma estratégia eficaz na luta contra as notícias falsas	2%	1%	5%	46%	46%
Considero que a contabilidade tem um papel importante na identificação e combate às notícias falsas no âmbito empresarial	-	2%	7%	55%	36%

Fonte: Elaboração própria

Duas categorias de intervenções podem contribuir com este processo: (1) aquelas que visam capacitar os indivíduos para avaliar as notícias falsas que encontram, e (2) as mudanças estruturais destinadas a prevenir a exposição dos indivíduos às notícias falsas em primeira instância (Lazer, 2018).

No que diz respeito sobre o papel da Contabilidade para a identificação e combate as notícias falsas no âmbito empresarial também houve consenso entre os alunos, já que 55% concordaram e 36% concordaram totalmente que a contabilidade tem um papel importante no sentido de combater os prejuízos que as notícias falsas podem causar entre as empresas, assim contribuindo para a preservação do seu bom funcionamento e de promover um bom ambiente para o seu crescimento.

As empresas foram forçadas a se reestruturarem para receber as múltiplas tecnologias. Essas tecnologias são de fundamental importância em virtude da agilidade, eficiência e confiabilidade nos processos contábeis, é uma forma de melhor gerenciar as entidades empresariais; o uso da internet consolidada dentro das organizações tornou as obrigações acessórias mais eficientes, permitindo um maior banco de dados a serem enviados e extraídos pelas próprias empresas de forma mais rápida (Santos; Tabosa, 2020).

Tabela 2					
Afirmações	Alternativas				
	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente
Acredito que a transparência financeira das empresas pode ser comprometida pela propagação de notícias falsas	1%	5%	11%	50%	33%
Penso que a análise financeira pode desmentir eficazmente notícias falsas que afetem o valor das ações de uma empresa	-	2%	10%	57%	31%
Vejo as notícias falsas como um fator que pode impactar negativamente as decisões de investimento e a estabilidade dos mercados financeiros	-	2%	3%	52%	42%
Apoio que a regulamentação financeira e a governança corporativa devem ser utilizadas para prevenir os efeitos negativos das notícias falsas no mercado de capitais	-	2%	20%	51%	27%

Fonte: Elaboração própria

Os alunos também concordaram que a propagação de notícias falsas pode comprometer a transparência financeira das empresas. Pois 50% concordaram e 33% concordaram totalmente com esta afirmação, 11% ficaram neutro e 5% discordaram. Desta forma há um

entendimento de que as *fake news* de certa maneira podem comprometer a divulgação de informações acerca das empresas, podendo existir o risco de reduzir a eficácia da informação contábil como também de dificultar as análises do mercado para o processo de tomada de decisão. Fica evidente a importância de se preservar a qualidade e confiabilidade da informação contábil para dar suporte ao funcionamento das empresas.

Sendo assim também houve uma confirmação por parte dos alunos indicando que a análise financeira pode desmentir eficazmente notícias falsas que afetem o valor das ações de uma empresa. Pois 57% concordaram e 31% concordaram totalmente com a afirmação e 10% ficaram neutro. Evidenciando a importância de se ter informações confiáveis para neutralizar influências que tenham a intenção de comprometer e causar danos às empresas, seja em sua imagem ou valor de mercado.

Também foi indicado pelos alunos que as notícias falsas são um fator que pode impactar negativamente as decisões de investimento e a estabilidade dos mercados financeiros. Pois 52% concordaram e 42% concordaram totalmente com este ponto, totalizando 94% dos participantes. Reforçando a ideia de que a presença de *fake news* é capaz de gerar implicações no contexto empresarial, pois divulgam informações duvidosas que podem levar os indivíduos a tomarem decisões equivocadas.

Os participantes consideraram a importância de uma regulamentação financeira e da governança corporativa para prevenir os efeitos negativos das notícias falsas no mercado de capitais. Sendo que 51% concordaram e 27% concordaram totalmente com esta importância. Assim é necessário uma organização dos setores para adotar medidas que possam neutralizar os efeitos negativos das notícias falsas. Contudo uma parcela de 20% dos alunos ficou neutra. Assim podemos levar em conta que pode haver uma falta de entendimento sobre as melhores formas de regulamentar e prevenir os efeitos negativos das *fake news*.

Sendo imprescindível o serviço da bolsa de valores para facilitar e dar confiabilidade aos negócios com ações intermediadas pelos corretores. E assim promover a liquidez dos títulos e valores mobiliários, criando condições de negociação e, em consequência, viabilizando o mercado (De Amorim, 2015).

Os alunos também concordaram que a Contabilidade e as atividades do profissional contábil podem ser afetadas pelas *fake news*. Já que 48% concordaram e 26% concordaram totalmente com a afirmação, 18% ficaram neutros e 7% discordaram. Assim podemos observar que os alunos identificam que as *fake news* possuem certa capacidade de influenciar a Contabilidade e as atividades do profissional contábil podendo trazer dificuldade a seus processos. Contudo para os que permaneceram neutros esse aspecto não está claro.

Sobre a importância para o profissional contábil de ter conhecimento do que são *fake news* para o exercício de suas atividades. Uma parcela de 40% concordou e 56% concordou totalmente com esta afirmação, 2% ficou neutro e 1% discordou. Os alunos consideram ser relevante para o profissional contábil o conhecimento acerca das *fake news* a fim de que possam executar suas atividades sem sofrer com a influência e possíveis danos que elas possam causar.

A ação do contador é importante para as organizações, pois ele é capaz de contribuir para a melhor tomada de decisão, para um melhor controle e desenvolvimento do patrimônio, possuindo uma capacidade crítico-analítica de avaliação dos relatórios e informações geradas.

O cenário de mudanças com as inovações da tecnologia e as implementações por parte do Fisco, as modificações da lei das sociedades anônimas por ações das exigências com as harmonizações das informações contábeis para a convergência aos padrões internacionais, têm provocado uma revolução na contabilidade e em meio a essa inovação o profissional contábil tem múltiplas oportunidades para desenvolver suas habilidades laborais com competências dinâmicas (Santos; Tabosa, 2020).

Atualmente, com a crescente demanda e competitividade no meio empresarial o papel do profissional contábil não se restringe mais apenas as informações, quantidade e valores dos tributos a serem pagos. Por isso, a contabilidade tem se tornado para a sociedade uma peça fundamental para o entendimento do mercado e contribuído para o desenvolvimento econômico.

Sobre a possibilidade da informação contábil ser prejudicada por uma *fake news*, 49% dos participantes concordaram e 31% concordaram totalmente com esta afirmação, 14% ficaram neutro e 5% discordou. O que reforça a ideia de que as *fake news* tem a capacidade de afetar a Contabilidade e o mercado por meio da grande disseminação de suas informações, especialmente através dos meios digitais. Assim os responsáveis pela informação contábil devem estar atentos a este cenário a fim de manter sua qualidade e confiabilidade.

Sobre a grande disseminação de informações podendo afetar a confiabilidade e qualidade da informação contábil, 45% dos alunos concordaram e 25% concordaram totalmente que a informação contábil pode ser afetada, 24% permaneceu neutro e 6% discordou. Podemos observar a necessidade do mercado, das empresas e dos profissionais de buscar e desenvolver maneiras de evitar que a informação contábil seja afetada pela grande disseminação de informações como também pelas *fake news*, preservando assim sua confiabilidade e qualidade.

Tabela 3					
Afirmações	Alternativas				
	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente
Acredito que a Contabilidade e as atividades do profissional contábil podem ser afetadas pelas fake news	1%	7%	18%	48%	26%
Acredito que é importante para o profissional contábil ter conhecimento do que são fake news para o exercício de suas atividades	-	1%	2%	41%	56%
Acredito que a informação contábil pode ser prejudicada por uma fake news	1%	5%	14%	49%	31%
Acredito que o cenário atual de grande disseminação de informações pode afetar a confiabilidade e qualidade da informação contábil	-	6%	24%	45%	25%

Fonte: Elaboração própria

A respeito da Contabilidade em sua condição de ciência e da necessidade de se posicionar a cerca das *fake news*. Uma parcela de 42% concordou e 26% concordou totalmente que a Contabilidade deve se posicionar a cerca das *fake news*. Podemos observar que por ser um aspecto presente no cenário atual e pela possibilidade de causar danos as empresas, seja em valor ou em sua imagem. Os participantes consideram importante que haja um posicionamento da Contabilidade reforçando a sua importância e o seu papel para com o mercado, as empresas e a sociedade.

Os demais participantes, 26% ficaram neutros e 6% discordaram, indicando que uma parcela dos alunos considera que não é relevante ou necessário para a Contabilidade estabelecer seu posicionamento.

Sobre o aspecto das informações enganosas representarem ameaças e riscos significativos para as empresas, 50% dos participantes concordaram e 40% concordaram totalmente com a afirmação, 5% ficaram neutro e 3% discordaram. Havendo um entendimento entre os alunos da possibilidade das informações enganosas representarem ameaças e riscos para as empresas, podendo dificultar seus processos e levar os indivíduos a tomarem decisões equivocadas, pois tais informações podem ter o objetivo de causar manipulações.

Tabela 4					
Afirmações	Alternativas				
	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente
Acredito que a Contabilidade em sua condição de ciência deve se posicionar a respeito das fake news	-	6%	26%	42%	26%
Acredito que informações enganosas representam ameaças e riscos significativos para as empresas	1%	3%	5%	50%	41%
Concordo que a desinformação no nível das empresas pode ameaçar nomes de marcas e potencialmente afetar o consumo de produtos ou serviços	-	1%	15%	50%	34%
Acredito que é vital investir em pesquisa e desenvolvimento e encontrar defesas cibernéticas inovadoras contra informações enganosas	-	2%	10%	45%	43%

Fonte: Elaboração própria

A respeito da desinformação como um fator que pode ameaçar o nome de marcas e afetar o consumo de produtos e serviços. Também houve concordância por parte dos alunos, pois 50% concordaram e 34% concordaram totalmente com a afirmação, 15% permaneceu neutro. Desta forma os alunos confirmam a ideia de que a desinformação quando em

circulação no mercado pode afetar o funcionamento das empresas, podendo causar danos em sua imagem e no consumo de produtos ou serviços, sendo importante identificar tais informações enganosas para neutralizar seus feitos.

Sobre a necessidade de investimento em pesquisa e encontrar defesas cibernéticas inovadoras contra informações enganosas. Os participantes acreditam ser um fator importante, pois 45% concordaram e 43% concordaram totalmente com a afirmação, 10% permaneceu neutro e 2% discordaram. Indicando que existe a necessidade de se buscar formas de neutralizar os impactos das informações enganosas, as quais se favorecem do uso da internet e das plataformas digitais para sua divulgação e seus ataques com intuito de causar danos.

Assim é importante fazer uso dos avanços tecnológicos com a intenção de desenvolver formas de proteger as empresas e o mercado desses efeitos nocivos.

Também houve concordância entre os participantes sobre a importância de se estabelecer soluções baseadas no mercado para conter o avanço das notícias falsas. Já que 60% concordaram e 26% concordaram totalmente com a afirmação, 12% permaneceu neutro e 1% discordou. Sendo importante compreender as principais dificuldades que possam surgir no mercado devido à circulação das notícias falsas, para contribuir com o desenvolvimento de soluções que neutralizem a ação dessas notícias. Mantendo o ambiente favorável a ação das empresas, aos investimentos e as relações comerciais.

Tabela 5					
Afirmações	Alternativas				
	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente
Concordo que é importante estabelecer soluções baseadas no mercado para conter o avanço das notícias falsas	1%	-	12%	60%	27%
Acredito que as organizações tem voltado sua atenção para evitar situações que possam lhe causar danos a sua imagem e reputação	1%	7%	22%	54%	16%
Concordo que a rápida disseminação de desinformação e notícias falsas podem ser usadas para facilitar a execução de ataques cibernéticos	1%	4%	11%	55%	29%
Concordo que no mercado e nos processos de negociação a presença de ruídos pode reduzir a eficiência informacional do mercado	-	2%	23%	52%	22%

Fonte: Elaboração própria

Acerca das organizações e da necessidade de evitar situações que possam causar danos a sua imagem e reputação, 54% dos participantes concordaram e 16% concordaram totalmente com a afirmação. Podemos observar atualmente a grande exposição das

organizações através das mídias e o interesse por parte delas em transmitir uma boa imagem e reputação para atrair clientes, parceiros e a aprovação da sociedade.

Pois de acordo com Góis e Soares (2019), a reputação corporativa é uma potencial fonte de vantagem competitiva, uma vez que está associada a inúmeros benefícios estratégicos, como o desempenho financeiro sustentável, maiores margens e preços, valor percebido, empresas contratantes e reações positivas dos investidores.

Os demais alunos, 22% permaneceu neutro, 7% discordou e 1% discordou totalmente, indicando que este fator para algumas organizações pode não ter uma atenção considerável ou elas não se preocupam em promover ações no sentido de preservar sua imagem e reputação.

Sobre a rápida disseminação de desinformação e notícias falsas podendo ser usadas para facilitar os ataques cibernéticos, 55% dos alunos concordaram e 29% concordaram totalmente com esta afirmação. Assim havendo o entendimento de que os ataques cibernéticos são um fator que pode prejudicar as organizações, sendo uma espécie de ameaça para o seu funcionamento. Os demais alunos, 11% permaneceu neutro, 4% discordou e 1% discordou totalmente.

De acordo com Raddatz et al (2020), a cibersegurança é uma fração da segurança da informação, a qual refere-se a metodologia utilizada para proteger as informações no ciberespaço, a fim de evitar o furto de dados ou alterações. Para isso se faz necessário a criação de estratégias de cibersegurança com o objetivo de gerenciar riscos, identidades e incidentes desse modo assegurando a disponibilidade, integridade e confidencialidade dos ativos em relação às ameaças do ciberespaço (Raddatz et al, 2020).

A respeito da presença de ruídos no mercado e nos processos de negociação reduzindo a eficiência informacional, 52% concordaram e 22% concordaram totalmente com a afirmação. Desta forma os alunos reconhecem a importância de uma informação clara para o adequado funcionamento dos processos do mercado, permitindo que ocorram as análises dos indivíduos.

Pois a presença de ruídos na comunicação empresarial pode impactar a qualidade da informação que a companhia transmite ao público-alvo. Podendo os canais de comunicação divergirem na informação entregue aos destinatários ou o próprio meio se apresenta ineficaz. Os demais alunos, 23% permaneceram neutro e 2% discordaram, indicando uma parcela de alunos que não estão certos sobre os efeitos dos ruídos no mercado ou podem acreditar que o mercado é capaz de manter seu funcionamento apesar de tais efeitos.

5 Considerações finais

O atual contexto em que as organizações estão inseridas, os investidores, proprietários e usuários da informação contábil estão repletos de grande variedade de informações, que por sua vez circulam através das novas formas de comunicação que surgiram com os avanços tecnológicos.

É imprescindível para a Contabilidade e para as empresas que as informações produzidas sejam livres de erros ou influências impróprias para que possam apontar os caminhos para o desenvolvimento. A boa informação tem a capacidade de orientar e auxiliar as organizações e os usuários em suas atividades, negócios e decisões.

Contudo, no contexto atual da sociedade e do mercado podemos notar a existência das *fake news*, cuja intenção é provocar danos e prejuízos através de informações falsas, podendo afetar o funcionamento das organizações, levando o usuário ao erro ou a decisões equivocadas. Devido à preocupação de se evitar tais riscos é relevante para a Contabilidade e para o profissional contábil compreender os determinados aspectos que causam estas complicações.

Sendo assim é interessante observar o entendimento e percepção dos alunos de Contabilidade acerca do tema, pois serão futuros profissionais que irão conviver com tais elementos no exercício de suas atividades. Podemos perceber que eles identificam as *fake news* como um fator de risco, capaz de afetar as organizações e a estabilidade do mercado por meio das informações que são divulgadas.

E reconhecem a importância de se tomar medidas contra o avanço das *fake news* por meio da verificação de fatos, da análise financeira, da governança corporativa, das defesas cibernéticas. Também acreditam que a Contabilidade tem um papel importante na identificação e combate as notícias falsas, uma vez que ela está comprometida com a confiabilidade e qualidade da informação; evitando os danos que possam afetar a reputação das empresas. Mantendo a intenção de preservar a informação contábil e o contexto das empresas para que as decisões sejam tomadas sem que haja influências contrárias e os seus efeitos possam promover o crescimento das organizações.

O trabalho se limitou a percepção dos alunos do curso de contabilidade da UFPB restringindo o seu alcance. Sendo relevante para novas pesquisas observar o ponto de vista e análise de profissionais contábeis em atuação no mercado. Como também verificar mais de perto os efeitos das *fake news* no mercado financeiro.

REFERÊNCIAS

- BOZARTH, Lia; BUDAK, Ceren. Forças de mercado: quantificando o papel dos principais servidores de anúncios no ecossistema das notícias falsas. Universidade de Michigan, Escola de informação, 2021;
- BRASIL. Dossiê desinformação. Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE. Especial nº 1, 2022;
- COSTA, Icaro Heron Ferreira da. Fake News: Uma Investigação Teórica Deste Fenômeno Social. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – São Luís – MA, 2019;
- DE AMORIM, Diego Felipe Borges. Aspectos históricos do mercado de capitais: a evolução do mercado financeiro no mundo e no Brasil sob a perspectiva institucional, estrutural e funcional. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, 2015;
- FARIA, Juliano Almeida de; OLIVEIRA, Marnyelle Christine Paulino de; LOPES, Laerson Morais Silva. Contabilidade com Criatividade ou Contabilidade sem Confiabilidade? O Papel do Contador de Micro e Pequenas Empresas no Gerenciamento de Resultados. XX Congresso Brasileiro de Custos – Uberlândia, MG. novembro, 2013;
- FERNANDEZ, Letícia Rodrigues. Desinformação e comunicação organizacional: um estudo do impacto das notícias falsas. **Revista Latina de Comunicação Social**, p. 1714-1728, 2019;
- FILIPINI, Franciele *et al.* A utilidade da informação contábil no processo de tomada de decisão: um estudo da percepção dos gestores das empresas de médio porte localizadas em Chapecó – SC. III CONGRESSO DE CONTABILIDADE DA UFRGS; PPGCONT, agosto, 2018;
- FONG, Bryan. Analisando o impacto das finanças comportamentais dos fenômenos de notícias falsas nos mercados financeiros: um modelo de agente representativo e validação empírica. **Inovação Financeira**, 2021;
- GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008;
- GÓIS, Alan Diógenes; SOARES, Sandro Vieira. O efeito da reputação corporativa, segundo a transparência contábil, no gerenciamento de resultados de empresas listadas na B3. **REPeC** – Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, ISSN 1981-8610, Brasília, v.13, n. 2, art. 6, p. 219-234, abr./jun. 2019;
- HOLANDA, Rochelly Rodrigues; LAVOR FILHO, Tadeu Lucas de; ANTUNES, Deborah Christina. Indústria cultural e (semi)informação: Mídias sociais e *fake news* nos entornos da política brasileira. **Id onLine Rev. Mult. Psic.** ISSN 1981-1179. V.13, N. 46, p. 262-276, 2019;
- LAZER, David M; BAUM, Matthew A; BENKLER, Yochoaiet al. A ciência das notícias falsas. **Science**, vol: 359, ed (6380), 1094 – 1096, 2018;

OLIVEIRA, André Luiz Martins de; PEREIRA, Daiane Aparecida. A evolução da contabilidade na era da tecnologia da informação. **Univás-Pouso Alegre/MG**, 2016;

PAULA, Luiz Fernando de. Financiamento, crescimento econômico e funcionalidade do sistema financeiro: uma abordagem pós-Keynesiana. *Est. Econ.*, São Paulo, vol. 43, n.2, p. 363-396, abr.-jun. 2013;

PETRATOS, Pitágoras N. Desinformação e notícias falsas: riscos cibernéticos para os negócios. KelleySchool of Business, Universidade de Indiana. Elsevier, 2021;

PINHEIRO, Paulo Bekmessian; SALOTTI, Bruno Meirelles; IUDÍCIBUS, Sérgio de. A materialidade aplicada para a divulgação de informações nas notas explicativas. *Revista ENIAC Pesquisa*, Guarulhos (SP), V.6, n.2, jun.- dez. 2017;

RADDATZ, Juliano Carlose et al. Contabilidade e cibersegurança: uma análise da segurança da informação contábil. Congresso Usp, 2020 - ISSN – 2676- 0061;

ROCHA, Bernardo Abbad da; LAVARDA, Suélen de Lima; SILVEIRA, Ada C. Machado da. O avanço das *fakenews* sua retratação na mídia de referência. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Cascavel – PR, 2018;

SANTOS, Edilene Santana. Objetividade x Relevância: o que o modelo contábil deseja espelhar? **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIPECAFI, v.10, n.18, maio/agosto 1998;

SANTOS, José Odílio dos; SANTOS, José Augusto Rodrigues dos. Mercado de capitais: racionalidade *versus* emoção. *R. Cont. Fin. – USP*, São Paulo, n. 37, p. 103 – 110, Jan./Abr. 2005;

SANTOS, Louis Lene Ketrin; MARQUES, Jaqueline da Silva. A influência das *fakenews* na administração. Encontro de Ciências Contábeis e Administração da AJES, 2018;

SANTOS, Luciana Tamiro Ferreira dos; TABOSA, Mayra Cinara de Oliveira. O mercado contábil e os novos rumos da contabilidade: uma análise da percepção dos alunos concluintes. **Revista Campo do Saber**. Vol. 6, n.2, jul/dez, 2020;

SILVA, Nize Pires da; MAZZIONI, Sady; VARGAS, Lucas Antônio. Qualidade da informação contábil: uma análise das empresas de utilidade pública listadas na B3. **CONTABILOMETRIA** - Brazilian Journal of Quantitative Methods Applied to Accounting, Monte Carmelo, v. 7, n. 1, p. 61-76, jan.-jun./2020;

SOUSA, Marco Aurélio Batista de et al. Qualidade da informação contábil: uma análise de suas características com base na percepção do usuário externo. **Iberoamerican Journal of Industrial Engineering**, Florianópolis, SC, Brasil, v. 8, n. 15, p. 208-227, 2016;

SZUSTER, Natan; SZUSTER, Fortuné e Rechtman; SZUSTER, Flávia Rechtman. Contabilidade: Atuais desafios e alternativa para seu melhor desempenho. **Revista Cont. Fin.** – USP, São Paulo, n. 38, p. 20 – 30, Maio/Ago. 2005;

VALENTE, Nelma T. Zubek; FUJINO, Asa. Atributos e dimensões de qualidade da informação nas Ciências Contábeis e na Ciência da Informação: um estudo comparativo. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.21, n.2, p.141-167, abr./jun. 2016;

VICENTE, Renata Barbosa; MELO, IstárletKétile Santos de. Fake news: um estudo do gênero textual. **RevLet** – Revista virtual de letras, v. 12 nº 02 - ago/dez, 2020;

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal information. In: IRETON, C.; POSETTI, J. (Ed.). Journalism, ‘fake news’ & disinformation: handbook for journalism education and training, module 2. UNESCO, 2018. p. 44 56;

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000.