
A DESINFORMAÇÃO E SEUS EFEITOS NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

DISINFORMATION AND ITS EFFECTS ON THE ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT

Luana Maia Woida (1), Amanda Vitória de Assis Silva (2)

(1) Faculdade de Tecnologia (Garça), Brasil, luanamwoida@gmail.com. (2) Faculdade de Tecnologia (Garça), Brasil, amanda.silva150@fatec.sp.gov.br

Resumo

A desinformação nas organizações tem suas peculiaridades, com a sua propagação podendo prejudicar o desempenho e o desenvolvimento de seus processos. Uma informação falsa é prejudicial para a organização, seja ela produzida ou advinda de seu ambiente interno ou externo, cujas consequências incluem perda de mercado, imagem organizacional negativa ou mesmo uma atuação sem planejamento bem fundamentado. Assim, o problema de pesquisa é: quais são os efeitos da desinformação no ambiente organizacional? O presente trabalho foi pensado para trazer a discussão das *fake news* para o ambiente de atuação do setor produtivo, considerando que as notícias falsas, quando aplicadas a tal ambiente, devem ser abordadas como informações falsas, extremamente prejudiciais para o ambiente organizacional. Deste modo, e sabendo se tratar de um tema que ganha mais atenção nos últimos anos, definiu-se a presente pesquisa como exploratória e adotou-se a pesquisa bibliográfica, necessária para nortear as buscas e a leitura dos materiais identificados sobre o tema. Assim, conclui-se que as informações falsas causam efeitos importantes sobre as organizações e que por isso, precisam receber mais atenção para estabelecer barreiras políticas e comportamentais a elas.

Keywords: Informação falsa; Desinformação; Efeitos; Problemas; Empresas.

Abstract

Disinformation in organizations has its peculiarities, with its propagation being able to harm the performance and development of its processes. False information is harmful to the organization, whether produced or coming from its internal or external environment, the consequences of which include market loss, negative organizational image or even actions without well-founded planning. Therefore, the research problem is: what are the effects of misinformation in the organizational environment? The present work was designed to bring the discussion of fake news to the working environment of the productive sector, considering that false news, when applied to such an environment, must be approached as false information, extremely harmful to the organizational climate. Thus, and knowing that this is a topic that has gained more attention in recent years, this research was defined as exploratory and bibliographic research was adopted, which is necessary to guide the searches and reading of the materials identified on the topic. Thus, it is concluded that false information has important effects on organizations and that, therefore, they need to receive more attention to establish political and behavioral barriers to them.

Keywords2: False information; Disinformation; Effects; Problems; Companies.

1 Introdução

A gestão das organizações é permeada por diferentes elementos, sendo um deles, a informação. Isso porque, a informação pode ser registrada e compartilhada por diferentes meios e formatos, em grandes quantidades e com grande velocidade por meio das tecnologias de informação e comunicação, constituindo-se como indispensável para as decisões tomadas na organização. Contudo, a existência de um fluxo de informação não garante que a informação correta será conduzida e compartilhada com quem necessita dela, mesmo em se tratando do ambiente de uma organização, bem como não garante a fidedignidade dessa informação.

A falta de critérios para busca em fontes de informações confiáveis, bem como a ausência da determinação de quem deve realizar buscas ou que tipo de informação pode circular no ambiente laboral, acaba por facilitar a entrada e invasão de boatos e informações desprovidas de verdade, os quais são facilmente compartilhados pela falta de preparo e de pensamento crítico e avaliativo por parte de muitos profissionais, influenciando a tomada de decisão nas empresas.

A verdade¹ é objeto de estudo de áreas como a Filosofia, cujas implicações estão em compreender o que é real e quais são as suas bases, levando a outras questões, como questionar se para realizar tal determinação, dever-se-ia incluir aspectos ideológicos e culturais para se conseguir determinar o que é verdade para uma sociedade. Nesse sentido, a verdade seria algo relativo ou ela é algo que independe da vontade, das intenções e das ideologias que alguém possui para interagir no mundo? Nesse caso, considera-se que a verdade precisa de fundamentos sólidos, inquestionáveis e que, portanto, deve ser independente dessa leitura de mundo norteada por padrões pré-estabelecidos por um modelo mental guiado por aspectos culturais específicos. Contudo, a influência da visão de mundo é real e repercute no ato de questionar a veracidade de uma informação, isto é, questionar a veracidade pode não ser uma capacidade ensinada em determinados contextos. A visão de mundo é explicada por Johnson (1997 p.253) como estando

Em uma cultura, visão de mundo é uma maneira geral de considerar o universo e nossa relação com ele, um conjunto geral de pressupostos sobre o significado da vida, sobre o que é importante e sobre como as coisas funcionam. Ao comparar comunidades tradicionais e modernas, por exemplo, os sociólogos identificam pontos de vista diferentes, sendo os tradicionalistas menos receptivos à mudança e a novas ideias, mais confiantes na fé religiosa e, de modo geral, desconfiados

da tecnologia, da ciência e da racionalidade imparcial como maneira de encarar a vida humana. A visão de mundo está costumeiramente associada a um grupo ou sociedade, o que significa que, como acontece com todos os aspectos da cultura, há em geral variação entre indivíduos no grau em que dela compartilham.

Nesse caso, estaria a desinformação contextualizada e sempre associada a uma visão de mundo? Um questionamento importante, na medida em que conduz a perceber a relevância do contexto de inserção dos funcionários, em especial o cultural, e sua influência sobre noções como a de veracidade. Mesmo assim, torna-se importante apresentar as definições envolvendo essa esfera de problemas com as informações falsas e a desinformação, os quais foram definidos por Wardle e Derakhshan (2018 p.43):

Muito do discurso sobre "notícias falsas" confunde duas noções: notícia falsa e desinformação. Pode ser útil, entretanto, propor que a desinformação é uma informação falsa, mas a pessoa que a divulga acredita que seja verdadeira. A desinformação é uma informação falsa, e quem a divulga sabe que é falsa. É uma mentira deliberada e intencional, e indica que as pessoas estão sendo ativamente desinformadas por agentes mal-intencionados. Uma terceira categoria poderia ser chamada de má informação; informação, que é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país. [...]. É importante distinguir mensagens que são verdadeiras daquelas que são falsas, mas também aquelas que são verdadeiras (e aquelas mensagens com alguma verdade), mas que são criadas, produzidas ou distribuídas por "agentes" que pretendem prejudicar em vez de servir ao público de interesse.

A desinformação nas organizações tem suas peculiaridades, com a sua propagação podendo ser motivada intencionalmente ou não, prejudicando o desempenho e o desenvolvimento de seus processos. Assim, obter conhecimento e avaliar a informação, interpretando-a torna-se elementar para obtenção de bons resultados. No ambiente organizacional, não apenas as informações mal interpretadas ou descontextualizadas são nocivas, abrindo espaço para que outros tipos de informação, como as falsas possam circular e prejudicar o desempenho. Segundo Pereira, Nakasone e Chinan (2021 p.24), a desinformação trata de "informações falsas que são deliberadamente criadas e/ou compartilhadas com a intenção expressa de causar danos e/ou dar a impressão errada. Geralmente são utilizadas com motivação política, financeira, psicológica ou social".

Assim, a fonte das notícias falsas deve se constituir em uma preocupação para as empresas. Funcionários podem ser a fonte da informação falsa, como também outros

participantes da organização, como intermediários no processo de distribuição de produtos, prestadores de serviço, mas também os concorrentes, por meio da manipulação de informações geradas para interferir nas decisões de uma organização, ou mesmo quando em uma organização um superior hierárquico repassa uma informação equivocada promovendo uma percepção distorcida da informação para os funcionários, entre outras situações.

Questionar sobre os efeitos das informações falsas nas organizações se torna indispensável, na medida em que se reconhece que há uma incapacidade por parte do cidadão comum de identificar o que é verdadeiro do que não é. Essa característica, inclusive, está presente na maior parte das sociedades, e como já apontou Hofstede (2003) em sua pesquisa sobre a IBM, o contexto cultural no qual o indivíduo está imerso, repercute no interior de uma organização. As conclusões de Hofstede foram baseadas no fato de que as pessoas levam seu modelo mental compartilhado para dentro da organização. Por isso, as organizações precisam se preocupar não apenas em construir informações de valor para seus negócios, mas também é necessário considerar mecanismos que impeçam ou administrem as informações falsas, na medida em que essas informações podem impactar a organização tanto quanto uma notícia imprecisa.

A acessibilidade via plataformas digitais e/ou redes sociais facilita a circulação da informação, verídica ou não. Com fácil acesso a essas mídias sociais, as organizações estão cada vez mais suscetíveis à propagação de notícias falsas. Muitas empresas são afetadas negativamente por informações falsas, em especial se se localizam no campo das notícias falsas, algo tão danoso como a propagação de uma notícia verdadeira, pois gera desgaste e demanda recursos.

É necessário identificar os principais problemas que podem ocorrer dentro das organizações a partir do uso de más técnicas de comunicação, considerando que as informações se espalham em uma rápida velocidade. Em um ambiente mal estruturado, sem mecanismos voltados à conscientização dos funcionários, é difícil reconhecer o que é fato e o que é mentira, o que acarreta um efeito em cadeia sobre tais informações, entre as quais: o uso de informações inverídicas para planejar ações futuras, investimento de recursos em projeções de demanda

inexistentes, aumento de produção e de custos baseados em promessas que não se concretizam, aplicação de margens de lucro insuficientes baseadas em informações falsas como as emitidas pela concorrência via mídias.

Entre os motivos para a existência da informação falsa, podem incidir a falta de organograma que indiretamente gera desorganização, atraso nos projetos, confusões para com os pares de trabalho, além de originar discussões ou operações disfuncionais, provendo insalubridade, tanto física quanto emocional.

Com o intuito de produzir informações importantes e com significado para as organizações, diversos modelos foram desenvolvidos na Administração. Entre eles, a gestão da informação e a gestão do conhecimento, nascem influenciadas e influenciando um conjunto de áreas (Rodionov and Tsvetkova 2015). Como propósito central, busca-se promover por meio de tais modelos, a organização da informação, bem como seu acesso, necessário para gerar a apropriação e a construção de conhecimento, o que significa um alto grau de organização, de acesso a ferramentas que permitem a coleta, o registro e o compartilhamento de informação para gerar conhecimento entre e por meio das pessoas. O que conduz à necessidade de intensa participação e de alto comprometimento. Nesse sentido, na base desses modelos está a informação, que necessariamente precisa ser verídica e útil para a organização. O que leva a pensar que as informações falsas permeiam os interesses da gestão.

Nesse sentido, as informações falsas se fazem valer de crenças e formas de pensar que costumam se distanciar de modelos científicos. Partem de afirmações sem fundamentação e reforçam formas de pensar resistentes à mudança. Assim, se aproxima e inclui as noções de informação imprecisa, incompleta ou completamente inverídica. Pode-se pensar, nesse caso, em níveis de veracidade compondo uma informação, podendo-se inclusive, usar de informações verdadeiras para elaborar uma versão enganosa. Um exemplo aplicado ao ambiente empresarial pode ser visto no documentário A Indústria Americana, no qual, inicia-se um movimento de sindicalização dos funcionários, que rapidamente é extinto com uma argumentação que levava os funcionários a acreditarem que o sindicato seria danoso e atrapalharia a relação deles com a empresa Fuyao. A versão defendida pela empresa era de que esse intermediário atrapalharia nas

negociações diretas com os funcionários que por isso, os prejudicaria. Uma versão que talvez estivesse incorreta, na medida em que os sindicatos possuem um histórico de defesa dos direitos dos trabalhadores. Para reforçar essa ideia e criar um contexto de favorabilidade, a empresa contratou uma terceirizada especializada em fomentar informações negativas sobre o sindicato, difundindo-as no ambiente de trabalho. Desse modo, uma informação falsa não é impactante apenas para a empresa, mas para todos que dela participam.

Devido aos problemas envolvendo os efeitos das informações falsas é de extrema importância estudar e validar as informações que são verdadeiras e separá-las das falsas. Estudando as informações coletadas, é possível verificar as que estão de acordo, as que possuam veracidade e aquelas que não são verídicas.

Dentro do ambiente empresarial, o ato de se manter informado e consciente das principais informações é de suma importância, já que o mínimo de informação negligente pode destruir a reputação da empresa. As informações falsas no ambiente organizacional tendem a trazer grandes e sérios desajustes, tanto por parte de confiabilidade do cliente, quanto no envolvimento em causas judiciais, mas também podem se agravar gerando custos desnecessários e a incapacidade de se ajustar ao ambiente externo.

O ato da pesquisa em fontes confiáveis é muito importante para a criação de senso crítico. Vale ressaltar que, pesquisar em mais de uma fonte é válido para a expansão do conhecimento sobre determinado assunto, cuja verificação, comparação e validação de dados e informações seguem sendo prioridade.

Usuários e propagadores do conhecimento empírico, por sua vez usufruem da expansão do ambiente on-line para causar discórdia e espalhar o caos na internet, com isso grupos são criados e pessoas ingênuas acabam disseminando-a, com isso aquela informação que pode ter sido criada ou distorcida acaba se tornando viral em pouco tempo. Quando essa argumentação é aplicada no ambiente organizacional, nota-se que continua válida, na medida em que se a empresa possui uma cultura forte, com valores básicos e elementos periféricos (crenças, pressupostos, rituais, tabus, etc.) compartilhados entre os membros, há a real possibilidade de que existam fortes laços entre os indivíduos e um grau de confiança maior sobre as informações

que circulam nos fluxos de informação. Nesse caso, poderia existir uma tendência a não verificação de veracidade, a não desconfiar dos que compartilham a mesma forma de pensar e agir sobre os problemas. Assim, a desconfiança precisaria ser um dos ingredientes valorizados e basilares à cultura para que a informação falsa pudesse ser identificada. Nesse sentido, o problema de pesquisa é: quais são os efeitos da desinformação no ambiente organizacional?

Com base em tal problema de pesquisa, propõe-se como objetivo geral identificar os efeitos da desinformação no âmbito empresarial. Desse modo, os objetivos específicos são:

- Identificar os perigos da desinformação dentro de organizações,
- Apresentar os problemas referentes à desinformação.
- Discutir o uso da tecnologia na produção e propagação das informações falsas.

A desinformação pode se originar de acessos rápidos e de conteúdos e contextualização distorcida, que disseminam as informações falsas, podendo trazer grandes riscos e preocupações. A informação fraudulenta é criada intencionalmente com o fim de obter algum tipo de vantagem, seja política, seja econômica. Desse modo, há verdadeiras fábricas de informações falsas espalhadas pelo mundo (Rais and Sales 2020).

Existem pessoas e máquinas trabalhando na criação e divulgação de informações falsas no mundo todo. Em um movimento contrário, emergem organizações que buscam promover a verdade e o acesso a uma informação confiável, como é o caso da Agência Lupa, que se autodenomina a primeira agência de checagem de fatos do Brasilⁱⁱ, visando estimular que as notícias produzidas e propagadas sejam mais confiáveis, mas que por outro lado, revela a incapacidade das pessoas de realizar essa avaliação por conta própria. Nesse sentido, é válido levantar um questionamento que justificaria a necessidade de incluir dinâmicas e políticas organizacionais que tenham uma intenção semelhante à dessa agência: quais são as informações verdadeiras e quais são as falsas e como proceder para realizar essa verificação? Deveria existir treinamento para preparar os funcionários para essa leitura e avaliação correta da informação? Nesse caso, é relevante refletir que essa tarefa poderia ficar sob a responsabilidade dos profissionais que integram uma organização e que as suas percepções serão as réguas usadas para

medir e avaliar não apenas qual informação é importante, mas também qual é verdadeira e útil para os propósitos pessoais e organizacionais.

A desinformação como um todo, dentro do ambiente corporativo organizacional tende a ser algo persistente e provavelmente tão presente que nem seja notado, por isso é necessário uma discussão sobre seus efeitos. Trata-se de uma construção, em muitos casos, bem articulada e baseada nos desejos de quem se apropria dessa informação falsa.

A desinformação chega com velocidade e facilidade, gerando confusão como foi o caso das lojas Sephora Brasil (Luiz 2021). A empresa precisou desmentir boatos que surgiram na internet sobre fazer doações de seus produtos para clientes cadastrados, o que não passava de mais uma informação falsa que poderia ter se estendido e gerado ainda mais caos junto a possíveis consumidores, caso a empresa não tivesse desmentido. Nesse sentido, compreende-se que a desinformação pode ser danosa para a organização, gerando a necessidade de investimento de recursos para mitigar seus efeitos.

É importante ressaltar a importância das empresas se informarem diariamente sobre os principais assuntos e atualidades, bem como sobre a concorrência para que assim ela se porte de maneira correta, norteadas por uma base de informações confiável, à qual pode recorrer quando necessário.

2 Quadro teórico

Na presente seção, são expostos os conceitos sobre desinformação, bem como sobre o que é informação, cuja construção é baseada em artigos acadêmicos e não acadêmicos, materiais de referência (dicionários), livros e manuais. Foram apresentadas situações em que a desinformação foi amplamente destacada dentro do âmbito organizacional, além das incongruências e o peso que elas têm dentro de uma organização, com isso foi possível identificar possíveis caminhos que podem ser importantes parâmetros para amenizar os efeitos da desinformação.

Em relação às fontes que foram acessadas, nota-se como recorrente uma indagação a respeito da desinformação organizacional, que é a falta de dados que sustentam as informações falsas, em outras palavras, não exatamente a falta, mas o uso de fragmentos de informação, deturpação da informação, entre outros. A acessibilidade unida à falta de capacidade técnica de realizar a verificação também contribui ao aparecimento da informação falsa. A fim de entender mais sobre as informações falsas disponíveis no âmbito empresarial, busca-se definir o que é informação na seção 2.1, bem como quais são os perigos associados a ela. Para falar de informação falsa, primeiro, é necessário entender o que é informação e como ela é transmitida até que se torne falsa.

2.2 Definindo informação

A informação é alvo de discussão em muitas áreas, desde a Biologia, na qual se propõe que os genes são definidos como informações básicas de composição e estruturação de um ser vivo; as jornalísticas, que trabalham a informação como aquilo que precisa ser noticiado; a Ciência da Informação que a compreende como a base para a construção do conhecimento; a Administração que a observa como constituindo a base da tomada de decisão, etc. Em todas elas, os equívocos e erros na informação serão sentidos na prática. Na biologia, um erro nessa base de informação genética promove o surgimento de defeitos, de doenças ou de mutações nos seres vivos; no jornalismo, uma informação errada pode gerar ou reforçar ideias preconceituosas, deturpadas e enviesadas sobre dado tema ou situação; já na Administração, as informações imprecisas conduzem a decisões equivocadas. Assim, em todos os casos, uma informação requer interpretação e uso, sendo indispensável que seja precisa.

McGarry (1999 p.3) sugere que a noção de informação e notícia está relacionada e explica que a

‘Informação’ tornou-se popular logo após a invenção da imprensa no século XV, quando o normal era lançar mão de uma palavra do latim para expressar uma nova ideia. A raiz do termo vem de *formatio* e *forma*, ambos os quais transmitem a ideia de moldar algo ou formar um molde. Era também a palavra latina para o que chamaríamos ‘notícia’. Isso no que se refere à etimologia clássica.

De acordo com Cunha e Cavalcanti (2008 p.201), a informação é o

Registro do conhecimento que pode ser necessário a uma decisão. A expressão ‘registro’ inclui não só os documentos tipográficos, mas também os reprográficos, e quaisquer outros suscetíveis de serem armazenados visando sua utilização. 1.2 Registro de um conhecimento para utilização posterior. 1.4 Dados numéricos alfabéticos ou alfanuméricos processados por computador. 2. Com a informação podem-se realizar diversas operações, tais como criação, transmissão, armazenamento, recuperação, recepção, cópia (em diferentes formas), processamento e destruição. A transmissão da informação é feita numa grande variedade de formas, entre as quais se incluem: luz, som, ondas de rádio, corrente elétrica, campos magnéticos e marcas sobre o papel. 3. Coleção de símbolos que possuem significados. 4. Uma informação pode ser descrita em termos de sua manifestação física: o meio que a transporta, a exatidão, a quantidade que é transmitida ou recebida. 5. A informação pode ser descrita em termos de seu objeto de referência, seu significado e estrutura.

Nesse sentido, trata-se de um termo que pode receber diferentes percepções. Contudo, pode-se afirmar, a partir da definição extraída do verbete que se trata da base para construção de conhecimento. Nesse caso, um conhecimento construído com base em informações falsas pode ser inofensivo, a depender do contexto, mas quando se trata do funcionamento organizacional, pode trazer importantes disfunções.

Já para Le Coadic (1996 p.5), “A informação é um conhecimento inscrito (gravado) sob a forma escrita (impressa ou numérica), oral ou audiovisual.”. Além disso, o autor explica que

A informação comporta um elemento de sentido. É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal: impresso, sinal elétrico, onda sonora, etc. Essa inscrição é feita graças a um sistema de signos (a linguagem), signo este que é um elemento da linguagem que associa um significante a um significado: signo alfabético, palavra, sinal de pontuação.

De acordo com McGarry (1999 p.6) a informação pode ainda ser considerada num sentido de ordem, nesse caso, “Informações são dados postos em ordem (como retirar letras de uma pilha, no jogo de anagramas, e arranjá-las em sequências ordenadas para formar palavras reconhecíveis)”. Além disso, o autor ainda acrescenta que “Informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido”.

Esse ajuste ao mundo exterior faz com que aceitemos ou não determinada informação como sendo verdadeira, medindo-a e comparando-a aos fatos que são conhecidos e reconhecidos.

Medidas usadas para identificar, reconhecer e mesmo perceber que algo está correto, adequado de acordo com os padrões estabelecidos. Sobre isso, Johson (1997 p.106) explica o conceito de facticidade como sendo o

estado de vivenciar e pensar no mundo externo como se ele tivesse realidade concreta, e não como sendo, na maior parte, concebido como produto da vida social. Tendemos, por exemplo, a experimentar sistemas sociais, como a família, como se fossem sólidos, “como coisas”, mesmo que eles sejam, antes e acima de tudo, ideias abstratas – criações culturais – sobre relacionamentos, expectativas, valores, etc. Vivemos, na maior parte, sem perceber as origens sociais da realidade que experimentamos e de sua natureza frequentemente arbitrária, conforme revelam comparações com outras sociedades. Em suma, tendemos a supor que o mundo é, na verdade, exatamente o que parece ser, da forma identificada e interpretada através de termos de referência culturalmente definidos.

Nesse sentido, Johson (1997) sugere que as interpretações e mesmo aquilo que aceitamos como verdade esteja submetida aos padrões aos quais reconhecemos, e provavelmente, aos quais acreditamos ser verdade dentro do espectro social e cultural de inserção de um sujeito.

Outra questão levantada por McGarry (1999 p.10, grifo nosso) é sobre a noção de fatos e eventos. Nesse sentido,

Então, o que são fatos? O mesmo que eventos? Se não, como se relacionam entre si? Fato é aquilo que em geral corresponde a uma afirmação ou a torna verdadeira. Embora possamos chamar um gato de um evento, ou fenômeno, não podemos denominá-lo um fato. Se afirmo que o gato existe, ou que o gato está no capacho, esses são fatos. Os fatos estão intimamente ligados ao pensamento e à linguagem e mostram, ou tentam mostrar, as relações entre eventos. [...]. Para podermos falar de forma significativa sobre fatos em geral, independentemente de como vemos o mundo; por exemplo, podemos despencar de montanhas ou nos afogarmos em rios, caso queiramos fazer uma afirmação sobre eles ou não. É um fato social que na Grã-Bretanha a mão de direção é do lado esquerdo da rua. É um fato econômico que numa economia de livre mercado um aumento no poder aquisitivo será seguido de um aumento nos preços. É um fato científico que a água se expande quando congelada. Uma característica essencial de um evento é que ele tem uma data e expressa uma duração. **O fato é um aspecto convenientemente inteligível de um evento; em resumo, a forma como um evento se apresenta para a mente que o contempla. [...] ocorrem em diferentes contextos que ajudam a dar-lhes sentido e ordem.**

Assim, a informação tem um significado, que visa dar um sentido para aquele que se apropria e constrói seu próprio conhecimento, nesse sentido, para que chegue a ser internalizada

por alguém, precisa ter sentido. Desse modo, mesmo que uma informação seja falsa, mas apresente sentido para um indivíduo, esta será incorporada e usada como verdadeira, na medida em que possui sentido e ordem.

Considerando a discussão apresentada sobre informação, desenvolve-se a seção 2.2 do presente trabalho.

2.2 Informação falsa e os perigos da desinformação

Algo é falso quando não representa qualidades que atestam sua veracidade. Isto é, quando não refletem uma realidade, e mostra-se oposto ao verdadeiro. Por exemplo, quando sabemos que um político faz algo errado, como privilegiar familiares para assumirem postos de trabalho em cargos do governo, e mesmo assim ele nega que esteja exercendo o nepotismo, sabemos que ele está mentindo, praticando a inverdade, justamente por existir uma definição sobre nepotismo que guia a compreensão sobre o ocorrido.

A partir das discussões propostas pela literatura na seção anterior, fica mais complexo atribuir verdade à noção de informação. Para determinar algo como verdade, opondo-se à falsidade, à mentira, é necessário considerar que a verdade poderia estar distorcida por um contexto cultural, por exemplo. Mesmo assim, é necessário considerar que se determinado contexto especifica e adota um modelo de verdade para seus padrões de compreensão e resolução de problemas, devemos partir dessa noção imposta para afirmar o que é falso. Assim, o que é falso e vai contra os padrões do verdadeiro, apresentam-se como perigoso, na medida em que não obedece aos padrões impostos. O que é falso também fragiliza a capacidade de previsibilidade e das certezas que devem ser compartilhadas pelo grupo de indivíduos. Falso vem do Latim (Dicionário Escolar Latino-Português 1962 p.387), “Em falso, sem razão, falsamente, sem fundamento (o falso, em oposição ao que é verdadeiro)”, mas também se associa à mentira, ao enganador, fingido, imaginário.

De acordo com Jesus (2018), citando Cleusa Cecato,

O grande problema está nas consequências dessa disseminação. “Uma história contada como se fosse informação, quando é falsa, pode, inclusive, tirar a vida de alguém. Lembro-me da história da bruxa do Guarujá, cujo retrato-falado

circulava acompanhado de um texto que lhe caracterizava as ações. Esse texto ganhou crédito e foi entendido como verdade pela população. Resultado: uma mulher foi linchada e ela não era a bruxa da história”.

Nesse sentido, o perigo em aceitar uma informação falsa, considerando-a verdadeira, é que o indivíduo pode comprometer sua forma de perceber determinados eventos presentes ao seu redor, em seu mundo. Um exemplo claro sobre esse viés está na propagação de informações falsas envolvendo a pandemia de Covid-19, que resultaram na adoção de práticas e de medicamentos amplamente conhecidos como ineficazes, mas que muitos, ou por ignorância ou por serem mal intencionados, compartilharam informações equivocadas a respeito.

De acordo com um estudo realizado pela Avaaz, comunidade de mobilização social online, sete em cada 10 brasileiros acreditam em pelo menos uma “notícia falsa” sobre a covid-19. O estudo mostra que as redes sociais são os principais meios de disseminação desse tipo de conteúdo, sendo o Whatsapp o meio mais utilizado para isso. Seis em cada 10 pessoas tiveram o aplicativo de mensagens como propagador de “notícias falsas” sobre o novo Corona vírus. Já o Facebook, segundo colocado no ranking, é responsabilizado por cinco em cada 10 usuários (Arcanjo 2020).

Para além de um contexto mais geral, as empresas também estão submetidas aos perigos das informações falsas, assimilando-as ou não como verdade para suas decisões. Pereira, Nakasone e Chinan (2021) argumentam que

Um estudo da Universidade de Baltimore, nos Estados Unidos, mostrou que as notícias falsas custam US\$ 78 bilhões por ano para sociedades no mundo inteiro. Quase meio trilhão de reais! As fake news se tornaram, portanto, um novo e pesado custo de transação para o setor produtivo mundial. Ou seja, quanto mais o segmento privado é obrigado a pagar por essas questões, menos competitiva é a economia.

Um importante movimento empresarial contra a desinformação começou a tomar corpo e se estruturar junto às empresas que fazem parte da Aberje ou que por ela possam ser instruídas. A Aberje criou para compartilhamento, um manual com glossário bastante rico com definições que ajudam o setor produtivo a compreender o assunto, suas causas e consequências em especial para que as famosas *fake news* não sejam tomadas ingenuamente apenas como enganos presentes no setor jornalístico, assumindo que são produzidas para desinformar, possuem segundas intenções, promovem a ignorância e se alastram facilmente, precisando de intensa participação do setor produtivo para contê-la. Nesse sentido,

As empresas são agentes políticos, sociais e econômicos. Não poderiam ficar à margem do assunto. E não ficaram. Por um lado, começaram a ser vítimas das fake news. Por outro, entenderam que – em meio à rede da qual faziam parte, com seus funcionários, clientes, fornecedores e demais stakeholders – poderiam ser agentes involuntários de propagação de desinformação. De repente, a opção de passividade diante do problema parecia menos possível (Pereira, Nakasone and Chinan 2021 p.3).

Uma das formas de se sentir os efeitos das informações falsas no ambiente empresarial, está no fenômeno *phishing*, que é o ato de “Se fazer passar por pessoas ou marcas famosas nos meios digitais geralmente para aplicar golpes financeiros ou capturar dados sensíveis” (Pereira, Nakasone and Chinan 2021 p.3).

Nesse sentido, os perigos da informação falsa estão presentes e são produzidos tanto no ambiente interno como no externo, os quais podem ser resumidos nos seguintes pontos:

- Participar da propagação de informações falsas;
- Gerar custos desnecessários consumindo os recursos da organização;
- Diminuir a capacidade de competitividade econômica;
- Vitimar as empresas;
- Criar agentes involuntários de desinformação;
- Deturpar o sentido e a interpretação dos problemas organizacionais;
- Fragilizar a capacidade de previsibilidade.

Todas essas são ameaças, um sinônimo de perigo, para algumas das possibilidades que podem diminuir a capacidade de existência das organizações.

2.3 Problemas referentes à desinformação

A informação falsa, especialmente a que circula no entorno das empresas, pode provocar danos aos resultados de uma organização. Um dos problemas é que atrapalha a interpretação correta das informações por parte dos funcionários, outra está associada à imagem da organização, que pode vir a ser afetada por informações falsas construídas para essa finalidade.

Contudo, esses não são os únicos problemas que decorrem dessa situação. De acordo com Pereira, Nakasone e Chinan (2021 p.6),

as fake news constituem hoje a mais perigosa causa de crises empresariais. Pela singela razão de que podem estar completamente fora do radar da organização. As contingências normais são questões financeiras, de malversação de negócios, de acidentes ou de maus procedimentos. Já a desinformação pode atingir a corporação da mesma maneira que uma miragem desorienta um viajante no deserto.

Nesse sentido, representam a distorção da realidade, da verdade e afetam a percepção sobre o que fazer diante de dado problema.

Um segundo problema está associado aos ataques que a empresa pode sofrer. Algo bastante frequente, seja pela insatisfação dos consumidores, seja como estratégia advinda de *stakeholders* para fragilizar a capacidade de resposta da empresa. Quanto a isso, Pereira, Nakasone e Chinan (2021 p. 6) explicam que

Uma pesquisa da agência inglesa Brunswick revela que 70% das empresas europeias acreditam que uma grande crise de reputação possa atingir a corporação em alguns anos. Dessas, 26% pensam que é muito provável que um ataque ocorra no curto prazo. Sem dúvida, a proliferação das fake news tem muito a ver com essa sensação de perigo. E essa percepção, infelizmente, está longe de ser falsa como as notícias que a provocam.

Para além de causar uma crise e distorcer a imagem da organização, as informações falsas podem causar um clima organizacional de apreensão e incerteza, gerando conflitos e mais disseminação de informações falsas por parte dos funcionários, ou mesmo porque não sabem como reagir, pois não foram instruídos sobre isso. De acordo com a Pereira, Nakasone e Chinan (2021 p.8),

Sabe-se que uma crise pode ter um forte impacto negativo no ambiente organizacional. A questão é que com as fake news os próprios colaboradores podem se tornar involuntariamente agentes de desinformação. Afinal, sabemos que notícias falsas são compartilhadas em aplicativos de mensagens por simples impulso.

Nesse sentido, é necessário que o conhecimento sobre o que são as informações falsas, de diferentes tipos, seja alvo de programas educativos voltados aos funcionários. Mas, o mais importante, é causar uma mudança comportamental nessas pessoas, fazendo com que criem o

hábito da verificação de cada informação que tomam contato, antes de disseminá-la. Isto é, que se tornem altamente desconfiados, levando não apenas à conferência da veracidade da informação, mas criando um hábito importante em termos de busca de outras fontes de informação.

Outros problemas envolvendo as informações falsas se associam à própria falta de estrutura ou preparo para lidar com elas. Nesse caso, o fato de a maior parte das empresas não possuir profissionais ou responsáveis aptos a melhorar a comunicação organizacional já é, por si, um grande responsável por criar ou nutrir a desinformação nos diferentes públicos que interagem com as empresas, dentro e fora delas. A atenção precisa estar tanto nas histórias que são contadas a partir da perspectiva daqueles que são parte de seu ambiente interno, como daqueles que estão na esfera externa. As informações de responsabilidade da empresa precisam ser claras e objetivas, diminuindo a possibilidade de interpretações e distorções. Assim, por exemplo, uma empresa que menciona em seu site que faz entregas em todo o Brasil, e não especifica que não entrega em endereços que contenham caixa postal, estará compartilhando uma informação falsa em seu próprio site, na medida em que o consumidor é enganado, ludibriado e levado a crer em uma verdade distorcida produzida e propagada pela própria empresa. Esse engano está no fato de que o consumidor pode vir a comprar algo dessa empresa e não conseguir receber sua aquisição, levando o consumidor a criar uma péssima imagem da organização. Por isso, a comunicação escrita em manuais de uso de produto, condições de compra e entrega etc., são algumas fontes de informação produzidas pelas empresas e por intermédio das quais os consumidores se informarão para tomar suas decisões. Portanto, devendo receber um cuidado especial para não produzir informações falsas.

Por fim, Pereira, Nakasone e Chinan (2021 p.12) sugerem que a integração entre os membros da equipe é um importante fator para vencer crises, em especial as que envolvem informações falsas. Isso porque, claramente, a integração representa maior compartilhamento de informação, mas também de apoio e de comprometimento dos colaboradores com os problemas organizacionais. Assim, ambientes em que se obtém uma fraca integração entre os indivíduos, pode ser considerado um problema no enfrentamento às informações falsas, na medida em que as informações que circulam nos fluxos informacionais correm o risco de não receber a devida

atenção. Por exemplo, repassar informações aos pares de trabalho sem verificar sua relevância e fidedignidade pode ser mais comum em ambientes com fraca integração.

Considerando que as empresas atuam em diferentes setores e segmentos, é certo que os problemas mencionados não incluem todos que poderiam emergir no setor produtivo. Contudo, os citados nesta seção possibilitam compreender uma parte dos efeitos das informações falsas para as organizações.

2.4 Uso da tecnologia na produção e propagação de informações falsas

Outro efeito das informações falsas é a propagação e aceleração no compartilhamento de informação via uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Interessante como muitos usuários de TICs contribuem para o aumento de circulação de informações, em especial as falsas. O problema se agrava quando não apenas os humanos não conseguem identificar o que é uma informação falsa de uma verdadeira, mas a própria inteligência artificial, que mesmo quando treinada, não consegue evoluir tão rapidamente como os mecanismos de construção e propagação de informações falsas, com destaque para as notícias falsas. É o que sugere García (2020), quando argumenta que

Juan Gómez, integrante da equipe de pesquisa e professor de Ciências da Computação na Universidade de Granada, reconhece que a complexidade das mensagens dificulta encontrar estas estruturas de veracidade e falsidade. “Há recursos visuais simples e chamativos, como os *emoticons* e as letras maiúsculas, que são pistas relevantes para identificar as *fake news*; mas sua engenharia também evolui. Ou seja, os dados de treinamento que usamos em um determinado contexto agora já não podem mais ser aplicados.” Assim como as capacidades da inteligência artificial evoluem, o maquinário dos boatos e mentiras evolui inclusive mais rapidamente.

Claire Wardle citada por García (2020), explica que a dificuldade está na complexidade que assume a noção de desinformação, cuja variação vai desde informações inventadas a manipuladas, mas também as noções de sátira, que podem se constituir em fontes de erros. Podemos estender essa preocupação não apenas para o aprendizado das máquinas, considerando que os humanos também apresentam importantes limitadores da capacidade de interpretação, incapacitando a interpretação das sátiras. Nesse sentido, Claire Wardle, explica que esse aprendizado das máquinas precisa evoluir para ser capaz de construir um código universal da

mentira. As informações falsas dependem de contexto, de padrões aceitos, pois não são apenas palavras ou palavras combinadas, são nuances no que é verdade, alicerçadas em valores e crenças, o que eleva a dificuldade para tal objetivo.

Metadatos, conteúdo, organização temática, contexto e coerência são alguns dos sinais que Ricardo Baeza-Yates, diretor de Ciência de Dados da Universidade Northeastern (Boston) e catedrático de Informática da Universidade Pompeu Fabra (Barcelona), incorporou o uso de algoritmos para prevenir a desinformação. Ele tenta que o *machine learning* permita ao computador entender se um texto respeita a congruência semântica, se os fatos mencionados existem e se há uma relação lógica no seu conjunto. Não basta apenas rastrear *bots* e a autoria. Outra questão é sua precisão. “Podemos nos permitir entre 60% e 80%. Acredito que seja um percentual razoável. Se você perguntar a 20 pessoas diferentes que notícias são mais confiáveis, nem entre elas haverá unanimidade” (García 2020).

Nessa seara das máquinas e do aprendizado profundo, muito se tem alcançado. Sabe-se que a capacidade de produção de informações falsas por essas máquinas já se percebe como algo preocupante, na medida em que suas inverdades podem acarretar em perdas econômicas e de vidasⁱⁱⁱ. As estatísticas e números produzem indicadores que ajudam na identificação das informações falsas. García (2020, grifo nosso) explica que

Um estudo da Iniciativa de Economia Digital do MIT, que tinha analisado 126.000 *threads* do Twitter, determinou que **a verdade demora aproximadamente seis vezes mais que a mentira para alcançar 1.500 pessoas. Espalha-se mais longe e mais rapidamente.** Para melhorar a capacidade de rastreamento dos algoritmos das *fake news*, pelo menos assim interpreta Gómez, chegou a hora de que a aprendizagem profunda brilhe. “Ela pode ter a chave de algumas estruturas mais sólidas. Percebemos que as técnicas de *deep learning*, como as que processam a linguagem natural, melhoram as estatísticas.”.

A relação entre as TICs e as informações falsas continua a se aprofundar. Um exemplo são as imitações e sobreposições de imagens e sons que conseguem ser construídas no formato de vídeos que mostram pessoas fazendo coisas engraçadas ou comprometedoras, que na verdade não foram feitas por tais pessoas. Trata-se de uma simulação-imitação com fragmentos da realidade. Contudo, levam muitas pessoas a acreditar, uma vez que “viram” ou “ouviram” em um vídeo que “prova” tal fato. Esse é outro nível de realidade, discutido por Almeida, Doneda e Lemos (2018):

a divulgação de textos com conteúdo de algum modo mentiroso representa apenas o começo do fenômeno das fake news. O próximo passo parece ser a era das deep fake news. Será cada vez mais difícil separar a realidade da manipulação digital – e há quem diga que estamos vivendo os últimos dias da própria ideia de realidade, como fazem Claire Wardle e Hossein Derakhshan em recente relatório do Conselho da Europa.

Há muitas décadas as TICs fazem parte da vida pessoal e laboral das pessoas. Associado a isso, é necessário considerar que elas podem ter sido uma importante ferramenta para acessar informação, inclusive a falsa, e incentivar comportamentos de propagação destas informações inverídicas. Nesse sentido, as mesmas tecnologias que produzem e ajudam a propagar informações falsas na sociedade, podem receber semelhante uso nas empresas. Os efeitos do uso das tecnologias precisam fazer parte das políticas das organizações.

3 Procedimentos Metodológicos

O trabalho desenvolvido e classificado como uma pesquisa exploratória, buscando identificar fatores que determinam os efeitos das informações falsas no ambiente organizacional. Além disso, também se trata de uma pesquisa bibliográfica, em que foram usados artigos científicos, acadêmicos, bem como os publicados em jornais de circulação nacional. Além de tais materiais, foram usados livros do acervo da biblioteca e manuais disponíveis na internet.

Assim, a pesquisa bibliográfica foi executada realizando-se a busca no Google, usando-se palavras-chave ou expressões representativas para o tema, entre as quais: informação, informação falsa, verdade, informação nas organizações, problemas + informação + empresa, entre outras. Assim, o processo de coleta foi intuitivo, selecionando os materiais para leitura a partir de seus títulos e resumos. Alguns deles foram identificados em citações encontradas em textos recolhidos, e pela frequência de menção, foram localizados e incorporados ao trabalho.

De acordo com Gil (1994 p.71),

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

A leitura dos textos foi guiada pelos objetivos específicos do trabalho, os quais ajudaram a compor os tópicos de revisão de literatura, mas que também refletiram parte da fundamentação necessária para responder ao problema de pesquisa. Assim, Gil (1994) explica que não existem regras fixas para executar esse tipo de pesquisa, uma vez que são muitos os enfoques que podem ser dados. Acredita-se que no caso da presente pesquisa, auxiliou principalmente na exploração das fontes e na leitura do material.

Quanto à técnica de análise das informações identificadas no decorrer da construção do quadro teórico, utilizou-se um procedimento de identificação das informações e inferências que poderiam representar resposta ao problema de pesquisa, qual seja, quais são os efeitos das informações falsas para as organizações. No entanto, percebeu-se que muitos dos efeitos não eram mencionados na literatura, discussão retomada na seção de Considerações finais do presente trabalho.

4 Resultados e Discussão

A seção 4 tem o intuito de apresentar os resultados obtidos junto à leitura realizada no quadro teórico. Para isso, leva-se em consideração que o referido quadro possui materiais de diferentes tipos, entre os quais acadêmicos, de referência (dicionários), artigos de circulação não acadêmica, livros e manuais. As características desses materiais revelam se tratar de um tema muito debatido e voltado para ambientes como a sociedade no geral, o ambiente político de diferentes países, mas ainda em construção no que tange à sua aplicação no ambiente empresarial.

Os materiais encontrados se preocupam em conduzir a discussão mais como uma proposta de alerta para que as organizações contribuam construindo barreiras para a produção e propagação de notícias falsas, bem como que incluam a discussão em seu ambiente interno no sentido de ser necessário desenvolver comportamentos aptos para identificação de informações falsas.

Saber exatamente como as informações falsas são construídas no ambiente interno, parece ser um desafio, na medida em que dependerá de um profundo conhecimento sobre as

dinâmicas culturais e sociais que promovem tais comportamentos. Assim, o problema das informações falsas produzidas e propagadas internamente é que seus efeitos não se restringem ao ambiente interno, podendo extrapolar para o externo, sendo propagado para qualquer *stakeholder* que atue no ambiente da organização.

Assim, os efeitos das informações falsas para as organizações, em termos de seus problemas, perigos (ameaças) e relação com as TICs são resumidos e apresentados nos seguintes pontos, obtidos junto à literatura consultada:

- Fontes de informação pouco desenvolvidas;
 - Falta de dados confiáveis;
 - Informações fragmentadas;
 - Falta de capacidade técnica de verificação;
 - Comunicação prejudicada por barreiras comunicacionais;
 - Registro de informações equivocadas;
 - Capaz de deturpar o sentido e a interpretação dos problemas organizacionais;
 - Fragiliza a capacidade de previsibilidade;
 - Propaga informações falsas;
 - Gera custos desnecessários, inclusive governamentais;
 - Diminui a capacidade de competitividade da economia;
 - Vitimiza empresas;
 - Cria agentes involuntários de desinformação;
 - Atrapalha a interpretação;
 - Afeta a imagem da organização perante os públicos de interesse;
 - Distorce a realidade;
 - A empresa pode sofrer ataques;
-

- Causa clima organizacional de apreensão e incerteza;
- Encontra terreno fértil na falta de estrutura e na fraca integração entre as pessoas;
- Torna-se necessário desenvolver mecanismos de identificação automáticos de notícias e de informações falsas;
- As TICs colaboram com a produção e propagação de informações falsas.

5 Considerações Finais

Em resposta ao problema de pesquisa indicado na seção de introdução do presente trabalho, que foi “quais são os efeitos da desinformação no ambiente organizacional?”, obteve-se a seguinte resposta: os efeitos da desinformação constituem-se como danosos para o alcance dos objetivos, da execução de tarefas, e para outras ações que a organização realiza em sua rotina e no planejamento de suas metas. Nesse sentido, um dos efeitos é o perigo que se apresenta em um ambiente com imprecisão e ambiguidade de informações, gerando insegurança na tomada de decisão. Contudo apenas alguns dos efeitos foram percebidos na literatura revisada, constituindo-se necessário que outras pesquisas e metodologias prolonguem o estudo. Os efeitos vão desde provocar o surgimento de uma imagem negativa, deturpada, mas também incluem o fato das decisões estarem mal alicerçadas, na medida em que as informações produzidas e compartilhadas muitas vezes não estão pautadas na veracidade ou realidade. Outro efeito é a falta de integração entre os funcionários, podendo repercutir inclusive no comprometimento e engajamento. Os recursos que são necessários para contornar os problemas envolvendo a desinformação ou o uso de informações falsas também precisam ser lembrados. Contudo, os investimentos para evitar trabalhar com informações falsas, para evitar produzir um contexto de favorabilidade para a desinformação também pairam sobre as organizações, sendo absolutamente necessário incluir processos de treinamento que contribuam para mudar a forma de pensar dos colaboradores, repercutindo em seus comportamentos, em especial quanto à questão da checagem.

Um dos problemas que podemos destacar no desenvolvimento deste trabalho é o fato de que a literatura identificada se volta para discutir a informação falsa no âmbito das produções

jornalísticas, nos compartilhamentos realizados via redes sociais, mas ignora como isso afeta as organizações. Estas também podem ser produtoras e propagadoras de informações falsas, justamente porque seus colaboradores estão imersos em um contexto de favorabilidade cultural e social que permite tais comportamentos. Nesse caso, e recorrendo-se aos estudos culturais que compreendem ser a cultura um modelo mental compartilhado, é necessário considerar que o trabalho sobre as informações falsas é urgente e demanda que seu trabalho seja realizado a partir

Referências

- Almeida, Virgílio, and Doneda, Danilo, and Lemos, Ronaldo. Com avanço tecnológico, fake news vão entrar em fase nova e preocupante. *Folha de São Paulo*, 8 abr. 2018.
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/04/com-avanco-tecnologico-fake-news-va-entrar-em-fase-nova-e-preocupante.shtml>. Acessado 22 nov. 2021.
- Arcanjo, Laís. Desinformação e os perigos do compartilhamento de conteúdos falsos. A disseminação das chamadas ‘fake news’ pode causar consequências danosas na vida de vítimas. *JC*, 10 jun. 2020.
<https://jc.ne10.uol.com.br/brasil/2020/06/5611997-desinformacao-e-os-perigos-do-compartilhamento-de-conteudos-falsos.html>. Acessado 22 nov. 2021.
- Cabinatto, Bruno. Centenas de pessoas morreram por causa de fake news sobre Covid-19. A desinformação também causou suas vítimas fatais na pandemia ao prometer curas milagrosas – como ingerir desinfetante ou altas quantidades de álcool para curar a Covid-19. *Super Interessante*.
<https://super.abril.com.br/saude/centenas-de-pessoas-morreram-por-cao-fake-news-sobre-covid-19-diz-estudo/>. Acessado 22 nov. 2021.
- Carvalho, A., and Neto, P. *Desafios e perspectivas em gestão da informação e do conhecimento*. Natal: EDUFRN, 2020. <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/29754/1/Desafios%20e%20perspectivas%20em%20gest%C3%A3o%20da%20informa%C3%A7%C3%A3o%20e%20do%20conhecimento.pdf>>. Acessado 5 de Abril de 2021.
- Choo, C. W. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2006.
- Cunha, Murilo Bastos da, and Cavalcanti, Cordélia Robalinho de Oliveira. *Dicionário de biblioteconomia e arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos, 2008.
- Dicionário Escolar Latino-Português. Rio de Janeiro: Artes Gráficas Gomes de Souza S/A, 1962.
-

- Hofstede, Geert. *Cultura e organizações: compreender a nossa programação mental*. Lisboa: Edições Sílabo, 2003.
- García, Jorge G. 'Fake news seguem padrões concretos. E os algoritmos já conseguem rastreá-los. A inteligência artificial melhora sua precisão na hora de detectar notícias falsas, embora a sofisticação desse conteúdo dificulte seu trabalho. Tecnologia. *El País*. 11 jun. 2020.
<https://brasil.elpais.com/tecnologia/2020-06-11/fake-news-seguem-padroes-concretos-e-os-algoritmos-ja-conseguem-rastrea-los.html>. Acessado 22 nov.2021.
- Gil, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- Japiassú, Hilton, and Marcondes, Danilo. 3.ed. *Dicionário Básico de Filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- Johnson, Allan G. *Dicionário de Sociologia: Guia prático da linguagem sociológica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- Le Coadic, Yves-François. *A Ciência da Informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.
- Luiz, Washington. Sephora desmente boatos sobre fechamento de lojas e doação de produtos. *CNN Brasil*. 21 jan. 2021. <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/01/21/sephora-desmente-boatos-sobre-fechamento-de-lojas-e-doacao-de-produtos>. Acessado 25 de Maio de 2021
- Mcgarry, Kevin. *O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória*. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.
- Pereira, Vítor, and Nakasone, Andre, and Chinan, Luiz. Aliança Aberje de combate às Fake News. Manual prático para lidar com a desinformação nas empresas. *ABERJE*, 2021.
https://www.aberje.com.br/wp-content/uploads/2021/07/Handbook_Alianca-Aberje-Combate-Fake-News.pdf. Acessado 22 nov. 2021.
-
- _____. Curadoria - As empresas na luta contra a desinformação. A Aliança Aberje de Combate às Fake News é uma iniciativa inspirada pelas lideranças de comunicação das grandes organizações do Brasil. *Democracia digital. Digitalização e esfera pública no Brasil*. 10/08/2021.
<https://democraciadigital.dapp.fgv.br/publicacoes/curadoria-as-empresas-na-luta-contr-a-desinformacao/>. Acessado 22 nov. 2021.
- Rais, Diogo, and Sales, Stela Rocha. Fake News, deepfakes e eleições. In: RAIS, Diogo (coord.). *Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. p. 536-546.
-

- Rodionov, Ivan, and Tsvetkova, Valentina. Information management in information science. *Scientific and Technical Information Processing*. [S.l.], vol.42, no.2, p.73–77, abr. 2015. <https://link-springer-com.ez87.periodicos.capes.gov.br/content/pdf/10.3103/S0147688215020094.pdf>. Acessado 22 nov. 2021.
- Rodrigues, C., and Blattmann, U. Uso das fontes de informação para a geração de conhecimento organizacional. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, vol. 1, no. 2, p. 43-58, jul./dez. 2011. <http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/9999/6922>. Acessado 22 nov. 2021.
- Shannon, C. E. A mathematical theory of communication. *Bell System Technical Journal*, vol. 27, p. 379-423; 623-656, Jul./Oct. 1948.
- Schraer, Rachel, and Goodman, Jack. Ivermectina: como falsa ciência criou crença de remédio milagroso contra covid. *BBC News Brasil*. Out. 2021. <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58827372> . Acessado 11 nov. 2021
- Venício, Amanda. Fake News: Elas podem impactar seu negócio. *Varejo S.A.* jun 2018. <https://cndl.org.br/varejosa/fake-news-elas-podem-impactar-seu-negocio/>. Acessado 24 abr. 2021.
- Waleska Silveira Lira Gesinaldo Ataíde Cândido Geraldo Maciel de Araújo Marcelo Alves de Barros. A busca e o uso da informação nas organizações. *Perspectivas em Ciência da Informação*. vol.13, no. 1, abr 200. <https://doi.org/10.1590/S1413-99362008000100011>. Acessado 11 nov. 2021.
- Wardle, Claire, and Derakhshan, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: forms of misinformation, disinformation, and mal-information. *Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation*, Unesco, 2018. https://en.unesco.org/sites/default/files/f._jfn_d_handbook_module_2.pdf. Acessado 22 nov. 2021.
-

- i “Classicamente, a verdade se define como adequação do *intelecto ao *real. Pode-se dizer, portanto, que a verdade é uma propriedade dos *juízos, que podem ser verdadeiros ou falsos, dependendo da correspondência entre o que afirmam ou negam e a realidade de que falam.” (Japiassú & Marcondes, 2001, p.269).

- ii https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/?utm_source=Search&utm_medium=cpc&utm_campaign=lupa5anos

- iii Como é o caso citado por Carbinatto (2020): “Apenas uma fake news, que se espalhou em países como o Irã ainda nos primeiros estágios da pandemia, causou aproximadamente 800 mortes e 5.876 internações. A desinformação dizia que ingerir altas quantidades de metanol curaria o coronavírus, levando a uma onda de pessoas se intoxicando com o álcool. Além das mortes, 60 pessoas ficaram totalmente cegas em consequência da prática”. Disponível em: <https://super.abril.com.br/saude/centenas-de-pessoas-morreram-por-causa-de-fake-news-sobre-covid-19-diz-estudo/>.