

A EXPANSÃO DA DESINFORMAÇÃO EM TEMAS FINANCEIROS E TRIBUTÁRIOS E SEUS RISCOS PARA O EXERCÍCIO DA CONTABILIDADE

ANDREINA FRÓES DE SOUZA

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

VANUSA LINO ROCHA DOS REIS

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

JOSUÉ DE LIMA CARVALHO

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

LAUDENILSON DINIZ LUNA

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

FABRICIO ALMEIDA ARAUJO

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

Resumo

A presente pesquisa analisa a desinformação e seus impactos na atuação do profissional contábil, com ênfase nos conteúdos enganosos que envolvem temas financeiros e tributários. O estudo parte da constatação de que o ambiente digital favorece a circulação de informações falsas ou distorcidas, potencializadas pelas redes sociais, afetando a compreensão e a tomada de decisão tanto por parte da população quanto de profissionais da área. Utilizando como referenciais teóricos a Teoria da Agenda-Setting e a Teoria da Ação Comunicativa, buscou-se compreender como a desinformação, nas formas de misinformation, disinformation e malinformation, influencia a prática contábil e compromete a ética profissional. A metodologia adotada envolveu pesquisa netnográfica e entrevistas semiestruturadas com profissionais contábeis e jurídicos, permitindo identificar publicações enganosas, analisar suas estratégias narrativas e avaliar as medidas de prevenção e combate adotadas pelos entrevistados. Os resultados evidenciam que a desinformação no campo contábil e tributário assume formatos sofisticados, frequentemente utilizando linguagem técnica para conferir legitimidade, o que dificulta sua detecção por não especialistas. Verificou-se também que, embora haja esforços individuais e institucionais para mitigar seus efeitos, ainda existe fragilidade na checagem e validação de informações, especialmente em ambientes virtuais. Conclui-se que o fortalecimento da educação midiática e a atuação proativa dos profissionais são elementos essenciais para reduzir os impactos negativos da desinformação, contribuindo para a transparência, a confiança e a segurança nas relações contábeis e tributárias.

Palavras-chave: Desinformação, Fake News, Contabilidade, Tributação, Ética Profissional.

1 Introdução

A disseminação de desinformação – compreendida como a circulação deliberada de conteúdos falsos ou enganosos com o objetivo de manipular, causar dano ou confundir – tornou-se um fenômeno recorrente na sociedade contemporânea, potencializado pela ampliação do acesso à internet e pelo uso massivo das redes sociais. Embora o conceito não seja novo, sua escala e velocidade na era digital atingiram níveis inéditos, afetando diretamente as esferas social, política e econômica. No campo comunicacional, é imprescindível discutir os impactos que a desinformação tem causado nos limites entre a responsabilidade informacional e o papel dos meios de comunicação na formação da opinião pública.

No contexto financeiro, contábil e tributário, os efeitos da desinformação são ainda mais sensíveis, dado o caráter técnico, normativo e, muitas vezes, hermético das informações circulantes. Esses efeitos — em suas diversas formas, como notícias falsas, boatos (misinformation) e conteúdos manipulados (malinformation ou disinformation) — relacionados a mudanças na legislação tributária, criação de tributos inexistentes, prazos fiscais ou benefícios fictícios podem levar a interpretações equivocadas por parte da população e até mesmo de profissionais capacitados. Tal cenário gera não apenas pânico social, mas também compromete a tomada de decisão, fragiliza a confiança em instituições reguladoras e compromete o exercício ético da profissão contábil.

Nesse sentido, este estudo se apoia em dois referenciais teóricos centrais: a Teoria da Agenda-Setting, de McCombs e Shaw (1972), que discute como os meios de comunicação influenciam a agenda pública ao selecionar os temas que recebem visibilidade, e a Teoria da Ação Comunicativa, de Habermas (1984), que enfatiza a importância do diálogo racional e da transparência comunicativa como fundamentos para a construção de consensos sociais. Considerando esse cenário, a pesquisa busca responder à seguinte questão: como a desinformação em temas financeiros e tributários, especialmente na forma de fake news, afeta o exercício ético e técnico da profissão contábil?

Para alcançar essa resposta, o estudo tem como objetivo geral analisar a desinformação, em suas diferentes manifestações, e seus impactos na atuação do profissional contábil, com ênfase nos conteúdos enganosos que envolvem temas financeiros e tributários. Especificamente, pretende-se identificar e classificar publicações desinformativas na área contábil, tributária e financeira em redes sociais; analisar as estratégias narrativas utilizadas para conferir verossimilhança às informações falsas; investigar a percepção de profissionais contábeis e jurídicos sobre o impacto dessas informações em sua prática; avaliar as medidas adotadas por esses profissionais para prevenir ou combater a desinformação; e relacionar os achados empíricos às teorias da Agenda-Setting e da Ação Comunicativa.

A escolha do tema justifica-se pela crescente circulação de conteúdos enganosos envolvendo aspectos técnicos da contabilidade e da legislação tributária, comprometendo a confiabilidade das informações e a atuação ética dos profissionais. Golpes e fraudes baseados em desinformação se multiplicam nas redes sociais, gerando prejuízos econômicos e insegurança jurídica. Assim, compreender esse fenômeno é essencial para fortalecer o papel do contador como agente de orientação técnica, ética e cidadã, capaz de filtrar e esclarecer informações em um ambiente digital cada vez mais propício à distorção de dados.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. O primeiro apresenta a introdução, contextualizando o tema, delimitando o problema, objetivos e relevância do estudo. O segundo capítulo traz a revisão da literatura, abordando conceitos de desinformação, fake news, teorias de comunicação e estudos anteriores na área contábil e tributária. O terceiro capítulo descreve a metodologia utilizada, com destaque para a análise netnográfica e entrevistas semiestruturadas. O quarto capítulo apresenta e discute os resultados obtidos, enquanto o quinto capítulo contém as considerações finais, seguidas das referências e apêndices.

2 Revisão da literatura

2.1 As Teias da Desinformação

O debate contemporâneo sobre a crise informacional nas democracias tem mobilizado pesquisadores de diversas áreas, que buscam compreender os efeitos da circulação de conteúdos falsos ou distorcidos. Nesse contexto, termos como desinformação, fake news, notícia falsa e manipulação da notícia têm sido frequentemente utilizados, muitas vezes de

forma intercambiável. No entanto, embora relacionados, esses conceitos possuem distinções importantes que devem ser esclarecidas à luz de autores especializados.

O termo mais abrangente é desinformação, que se refere à disseminação deliberada de informações falsas ou enganosas com o objetivo de causar dano, manipular decisões ou minar a confiança social e institucional. Conforme definido por Wardle e Derakhshan (2017) em relatório para a UNESCO, a desinformação integra um fenômeno mais amplo de *information disorder*, que inclui ainda a *misinformation* (erro sem intenção) e a *malinformation* (uso nocivo de verdades fora de contexto). Para Castells (2016), a desinformação é uma ferramenta de poder nas sociedades em rede, onde a comunicação massiva molda comportamentos e decisões políticas.

Dentro desse universo, o conceito de *fake news* ganhou popularidade nos últimos anos, especialmente no ambiente digital. Wardle (2017) na página institucional do First Draft (organização sem fins lucrativos especializada no combate à desinformação e na educação midiática) alerta, no entanto, que sua utilização excessiva e imprecisa tornou o termo politicamente manipulado, muitas vezes usado para deslegitimar a imprensa tradicional. Na concepção técnica, *fake news* designa conteúdos fabricados com aparência jornalística, mas sem qualquer compromisso com a veracidade. Lazer et al. (2018), em estudo publicado na revista *Science*, identificam que as *fakes news* são estruturadas para estimular compartilhamentos e reações emocionais, contribuindo para a polarização e a desinformação em larga escala.

Por outro lado, a notícia falsa pode ocorrer mesmo dentro do jornalismo tradicional, quando há erro na apuração, na verificação dos fatos ou na interpretação de dados. Traquina (2021) lembra que o jornalismo é uma construção social da realidade, e está sujeito a falhas humanas e institucionais. Assim, a notícia falsa nem sempre tem o propósito de enganar, podendo ser resultado de descuidos ou pressões do tempo real da mídia.

A manipulação da notícia, por sua vez, é um processo mais sutil e sofisticado. Envolve a distorção intencional de informações verdadeiras, seja por meio da omissão de dados, do enquadramento enviesado, da seleção de fontes ou da construção narrativa orientada a interesses específicos. No clássico *Manufacturing Consent*, Herman e Chomsky (2021) demonstram como os meios de comunicação operam por meio de filtros ideológicos que moldam o conteúdo noticioso de acordo com interesses políticos e econômicos. Já Pierre Bourdieu (1997) denuncia como o campo jornalístico pode ser capturado por forças de mercado, sacrificando a autonomia editorial em prol da audiência e da publicidade.

O quadro a seguir apresenta as relações dos tipos de informação e as suas relações com a desinformação.

Quadro 1 – Tipos de informação.

Tipo de Informação	Definição	Intenção de Causar Dano?	Exemplo no Contexto Contábil/Tributário	Relacionamento com Fake News / Notícia Falsa	Autores de Referência
<i>Misinformation</i>	Informação falsa ou imprecisa, compartilhada sem a intenção de enganar.	Não	Compartilhamento de posts dizendo que MEIs não precisam entregar DASN-SIMEI, por mero desconhecimento.	Pode ser uma forma de notícia falsa não intencional	Wardle & Derakhshan (2017)
<i>Disinformation</i>	Informação deliberadamente falsa ou manipulada, divulgada com a	Sim	Criação de conteúdo afirmando que “o governo aprovou um novo imposto” quando isso não ocorreu.	Fake news é uma subcategoria típica de disinformation	Wardle & Derakhshan (2017); Lazer et al. (2018)

	intenção de enganar ou manipular.				
<i>Malinformation</i>	Informação verdadeira, usada fora de contexto ou com objetivo de causar dano.	Sim	Divulgação de trechos isolados de decisões do STF como se representassem uma revogação tributária ampla.	Pode se disfarçar como “reportagem” mas opera pela manipulação do contexto	Wardle & Derakhshan (2017)
<i>Fake News</i>	Conteúdo fabricado com aparência jornalística, com fins políticos, financeiros ou ideológicos.	Sim	Postagem viral com logo de site de notícias afirmando que IRPF foi extinto a partir do próximo mês.	Subtipo de disinformation, com formato jornalístico simulado	Wardle (2017); Lazer et al. (2018); Pariser (2011)
Notícia Falsa	Informação veiculada como fato, mas que é incorreta — pode resultar de erro, descuido ou má apuração.	Depende	Reportagem de jornal que divulga erroneamente que o prazo de entrega do IR foi prorrogado, sem verificação oficial.	Pode ser misinformation (erro não intencional) ou disinformation	Traquina (2021); De Brito e de Carvalho (2021); Silva (2008)

Fonte: Autores (2025).

Portanto, compreender essas distinções conceituais é fundamental para a análise crítica da informação na atualidade. Embora interligadas, desinformação, fake news, notícia falsa e manipulação da notícia envolvem dimensões distintas da relação entre verdade, discurso e poder. O reconhecimento dessas diferenças é um passo essencial para o fortalecimento da cidadania informada e para o enfrentamento dos desafios comunicacionais da era digital.

A relação entre mídia, construção da opinião pública e desinformação tem sido amplamente analisada à luz da teoria da agenda-setting e da Teoria da Ação Comunicativa. A compreensão da realidade social, como assinala Shaw (apud Wolf, 2002), é em grande parte mediada pelos meios de comunicação, que definem simbolicamente quais temas ganham relevância pública. Nesse sentido, McCombs e Shaw (1972) demonstram que os meios de comunicação não apenas informam, mas orientam cognitivamente os indivíduos ao determinar a visibilidade dos temas debatidos na esfera pública. Como resume Pena (2005), a mídia “nos diz sobre o que falar” ao estabelecer prioridades no debate social. O estudo clássico conduzido pelos autores durante a eleição de 1968 em Chapel Hill evidencia que eleitores indecisos organizam suas preocupações conforme a ênfase dada pelos noticiários; assim, a agenda dos candidatos foi alterada para se alinhar à agenda midiática (McCombs & Shaw, 2000). Desse processo decorre a formulação da função de agendamento da mídia, sistematizada em 1972 como agenda-setting.

Em paralelo, Habermas (1984) desenvolve a Teoria da Ação Comunicativa ao criticar modelos de racionalidade instrumental e defender a centralidade do diálogo orientado ao entendimento. Segundo Aragão (1992), a linguagem cotidiana carrega pretensões de validade e exige que interlocutores busquem consenso por meio de argumentação livre de coerções, na chamada situação ideal de fala. A ação comunicativa pressupõe um espaço público racional, transparente e aberto, mas tal ideal é ameaçado pela ascensão da desinformação.

O fenômeno das fake news, embora amplificado em 2016 durante a disputa eleitoral entre Hillary Clinton e Donald Trump, não é novo. Trata-se de um repertório histórico de manipulação discursiva adaptado às tecnologias de cada época, agora impulsionado por algoritmos e redes sociais. Serrano (2010) destaca que mecanismos de manipulação são mais

complexos do que simples mentiras, pois mobilizam emoções e reforçam crenças preexistentes. Assim, a desinformação compromete os pressupostos da ação comunicativa e distorce a esfera pública ao dificultar a formação de opiniões baseadas em argumentos racionais.

A relação entre agenda-setting, ação comunicativa e desinformação torna-se evidente na forma como temas são selecionados, enquadrados e interpretados pelo público. Enquanto a agenda-setting define prioridades, a ação comunicativa exige discurso transparente, mas a desinformação atua tensionando ambos ao criar “falsas urgências”, desviando o foco e corroendo a confiança nas instituições democráticas. Mascarenhas (2024) enfatiza que operações midiáticas distorcidas prejudicam a credibilidade jornalística e comprometem o espaço público. Teixeira (2024) avança ao analisar que até notícias verdadeiras podem produzir desinformação quando enquadradas de modo manipulativo, reforçando o poder discursivo da mídia. Já Soares (2024) debate a insuficiência do sistema penal diante da complexidade do fenômeno, defendendo que apenas inverdades que causem risco real a bens jurídicos justificam intervenção estatal. Diante disso, a conexão entre desinformação, agenda e regulação demanda abordagem interdisciplinar, envolvendo mídia, instituições e cidadãos.

Esse quadro se torna ainda mais crítico quando se observa a desinformação na esfera financeira e tributária. Com a expansão das redes sociais, informações falsas passaram a influenciar decisões de investidores, gestores e contribuintes. Para Corrêa e Custódio (2018), a circulação desenfreada de conteúdo não verificado torna-se uma “armadilha da qual poucos sabem escapar”. Notícias falsas sobre legislação fiscal, prazos ou benefícios podem gerar prejuízos e insegurança jurídica, como ocorreu durante a pandemia, quando mensagens fraudulentas sobre auxílios e isenções tributárias confundiram contribuintes.

A desinformação tem impactos diretos no mercado financeiro, alimentando volatilidade e fraudes. A Folha Vitória (2021) destacou que, apenas em 2020, mais de duzentas pirâmides financeiras foram identificadas pela CVM, evidenciando o uso de manipulação informacional para fins ilícitos. O caso recente da distorção sobre suposta “taxação do PIX”, decorrente da norma da Receita Federal sobre comunicação de movimentações financeiras, exemplifica como fake news podem alterar comportamentos coletivos: as transações PIX caíram 15,9% em janeiro de 2025 até que a Receita revogou a norma e esclareceu que não havia qualquer imposto ou rastreamento individualizado (Barreirinhas, 2025). Esse episódio ilustra como contadores enfrentam impactos diretos, exigindo domínio técnico e habilidade comunicacional para orientar seus clientes.

Casos históricos também evidenciam desinformação financeira, como o esquema de pump and dump da corretora Stratton Oakmont nos anos 1990, em que notícias fabricadas inflavam artificialmente ações de penny stocks antes da venda massiva por seus executivos, gerando prejuízo para investidores e resultando em condenações por fraude e lavagem de dinheiro (Lebed, 2001; SEC, 1999; Belfort, 2007).

Pesquisas recentes confirmam que a desinformação compromete o exercício da contabilidade. Teixeira et al. (2021) observaram que estudantes de Ciências Contábeis têm dificuldade em distinguir conteúdos técnicos verdadeiros de boatos fiscais, aumentando os riscos de erros profissionais. Garcia e Nunes (2025) identificaram que empresas de pequeno porte implementam práticas equivocadas quando influenciadas por fake news, afetando demonstrações contábeis e credibilidade. A Receita Federal tem frequentemente desmentido boatos, como o de bloqueio automático de CPF por atraso na entrega do IRPF, o que demonstra a recorrência do problema.

Escritórios de contabilidade relatam retrabalho causado por desinformação, como apontam HDL Contabilidade e Confi Contabilidade, destacando que boatos sobre prazos ou alíquotas geram insegurança, autuações e perdas financeiras. Além disso, fake news envolvendo dados pessoais podem violar a LGPD, e o Marco Civil da Internet prevê sanções

quando informações sensíveis são usadas de forma irresponsável. O debate sobre o PL 2.630/2020 (PL das Fake News) evidencia que a responsabilização pela circulação de conteúdo técnico demandará maior rigor dos profissionais contábeis.

Nesse contexto, ferramentas de checagem como o Fato ou Fake tornam-se essenciais na rotina contábil para confirmar informações e mitigar impactos da desinformação. Assim, a integração entre agenda-setting, ação comunicativa e desinformação revela um ecossistema informacional em que a mídia, a regulação estatal e as práticas profissionais se entrelaçam, redefinindo o papel da verdade na esfera pública e nos processos decisórios financeiros e tributários.

3 Metodologia

A presente pesquisa é de natureza qualitativa, pois visa interpretar os significados atribuídos à disseminação de fake news de caráter contábil, financeiro e tributário, bem como analisar os seus impactos na atuação profissional. De acordo com Denzin & Lincoln (2006), a abordagem qualitativa é apropriada quando se busca compreender fenômenos complexos inseridos em contextos sociais específicos. Flick (2009) corrobora essa visão ao afirmar que os métodos qualitativos são adequados para captar interpretações subjetivas, valores e práticas sociais, o que se mostra essencial em investigações que envolvem discursos e desinformação.

Quanto aos seus fins, o estudo apresenta caráter exploratório e descritivo. É exploratório na medida em que se destina a proporcionar maior familiaridade com o tema das fake news em contextos técnico-científicos, campo ainda pouco explorado dentro das ciências contábeis (Gil, 2008). Simultaneamente, é descritivo por buscar registrar, analisar e interpretar os efeitos desses conteúdos desinformativos na percepção e no exercício profissional de contadores e juristas (Minayo, 2001).

A pesquisa será conduzida em duas fases complementares:

3.1 Fase 1 – Coleta e análise netnográfica na Rede X (Antigo Twitter), Facebook e Instagram

A primeira etapa consiste na coleta de postagens de desinformação veiculadas na rede social X (antigo Twitter), Facebook e Instagram, com temáticas relacionadas à área tributária, financeira e contábil. A seleção das publicações seguirá critérios de relevância temática, grau de viralização (quantidade de curtidas, repostagens e comentários) e presença de conteúdo desinformativo comprovado por checagem ou confronto com fontes oficiais.

A análise dessas postagens será orientada pelo método da netnografia, técnica proposta por Kozinets (2014), Soares e Stengel (2021) e De Souza e Inomata (2024), que adapta os princípios da etnografia para o ambiente digital, permitindo a observação sistemática de comunidades virtuais e interações em redes sociais. Essa abordagem será aplicada para investigar como os usuários interpretam, replicam ou contestam as informações falsas nos comentários das postagens analisadas.

Os comentários coletados serão organizados e analisados por meio da análise de conteúdo, conforme os procedimentos sistematizados por Bardin (2016), que propõe a categorização dos dados a partir de núcleos de sentido. As categorias emergentes servirão de base para a elaboração do roteiro de entrevistas da segunda fase da pesquisa.

3.2 Fase 2 – Entrevistas com profissionais

Na segunda etapa, será realizado um conjunto de entrevistas semiestruturadas com contadores e advogados, profissionais atuantes no mercado, selecionados com base em critérios de experiência profissional e envolvimento com temas relacionados à desinformação na área contábil ou jurídica.

As entrevistas buscarão explorar a percepção desses profissionais sobre o impacto das fake news no exercício de suas funções, nos atendimentos a clientes e na mediação de informações técnicas em contextos digitais. O roteiro de perguntas será construído com base nos resultados da fase anterior, permitindo o aprofundamento qualitativo do fenômeno investigado.

Para fins de análise e apresentação dos resultados, os participantes foram identificados de forma codificada, preservando o anonimato. Assim, passaram a ser designados como E(1), E(2) e E(3).

As entrevistas serão gravadas com autorização dos participantes, posteriormente transcritas e analisadas também à luz da técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2016), permitindo a triangulação dos dados obtidos nas duas fases da pesquisa.

A integração entre os dados netnográficos e as entrevistas contribuirá para uma compreensão mais ampla dos efeitos da desinformação digital sobre a prática contábil e jurídica, além de oferecer subsídios para reflexões futuras sobre educação midiática e responsabilidade profissional frente ao avanço das fake news.

4 Resultados

4.1 Análise netnográfica na Rede X (Antigo Twitter), Facebook e Instagram

Nesta seção, apresenta-se a primeira etapa dos resultados da pesquisa realizada por meio da análise netnográfica de postagens com conteúdo desinformativo veiculadas na rede social X (antigo Twitter), Facebook e Instagram. A escolha dessas plataformas justifica-se pela sua capacidade de disseminação rápida de mensagens e pela frequência com que abriga postagens sobre contabilidade, tributos e finanças sem checagem prévia, favorecendo a circulação da chamada desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017).

Adotou-se como método a netnografia, conforme definida por Kozinets (2014), que representa uma adaptação da etnografia clássica ao ambiente digital, permitindo compreender interações, discursos e reações do público em comunidades online de forma naturalista (Kozinets, 2014; Hine, 2005)

As postagens foram selecionadas com base em três critérios principais: grau de engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos), relevância temática e verificação de inveracidade por meio de fontes confiáveis como a Receita Federal, Agência Lupa e Projeto Comprova. A análise do material seguiu a técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin (2016).

Cada postagem foi classificada segundo a tipologia de desordem informacional proposta por Wardle & Derakhshan (2017), que diferencia três categorias: misinformation (informação falsa sem intenção de dano), disinformation (informação falsa com intenção deliberada de enganar) e malinformation (informação verdadeira usada fora de contexto ou manipulada para causar dano).

Essa análise qualitativa incluiu não apenas a descrição dos elementos discursivos e visuais das postagens, mas também o levantamento das reações dos usuários e seus possíveis impactos sobre a atuação dos contadores — que muitas vezes precisam servir como agentes de esclarecimento técnico e ético diante de boatos e falsidades (CASTELLS, 2016; LIMA; SILVA, 2023).

4.1.1 Postagem 1 – Boato sobre a taxa do Pix

A primeira postagem analisada refere-se a um conteúdo desinformativo que circulou amplamente na rede social X (antigo Twitter), alegando que o governo federal passaria a cobrar

imposto sobre transações realizadas via PIX. A repercussão foi tão significativa que a própria Receita Federal precisou publicar um esclarecimento oficial, por meio de seu perfil institucional na rede, negando categoricamente a existência de qualquer nova tributação sobre o sistema de pagamentos (RECEITA FEDERAL, 2025).

Figura 1 – Postagem Receita Federal



Fonte: Rede Social X (antigo Twitter).

Usuário A:

Vamos compartilhar a verdade!

O imposto não é sobre o pix, é sobre a renda de quem MOVIMENTA 5 mil (ou mais) por mês na conta.

Ou seja, ganha 2,500 reais e gasta 2,500? VAI PAGAR 27% DE IMPOSTO DE RENDA NO ANO SEGUINTE!

Usuário B: *A verdade é que vcs irão usar o pix como ferramenta para aumentar a tributação do IRPF!*

Usuário C: *Aumentar a fiscalização sobre o pix e o mesmo que cobrar mais imposto. Fato*

Usuário D: *a verdade é que a receita federal vai jogar na malha fina quem movimentar mais de 5 mil reais no pix, no crédito, no debito e etc.*

Usuário E: *Não desmentiu nada, só reforçou que se as minhas movimentações ultrapassar 5000, eu posso ser taxado ou multado pela receita.*

Usuário F: *A verdade é que o desgoverno precisa de dinheiro. O pobre empreendedor utiliza o PIX pra trabalhar comprar matéria prima estoque etc. Existe milhões de empreendedores que movimenta muita Grana, o governo agora quer cobrar imposto do pobre que movimenta muito Dinheiro.*

Usuário G: *Realidade, a pessoa faturou 5 mil, desses 5, 3.500 vão pra manutenção do próprio negócio e 1500 sobram para a subsistência da mesma. O estado vai te taxar em cima dos 5 mil, não importa se não é seu lucro.*

Conforme a tipologia de desordem informacional proposta por Wardle e Derakhshan (2017), esse conteúdo pode ser classificado como disinformation, uma vez que foi produzido e disseminado com o intuito deliberado de enganar e gerar alarme. A mensagem circulou acompanhada de elementos gráficos e narrativas que simulavam comunicados oficiais, conferindo aparência de veracidade a uma informação inverídica.

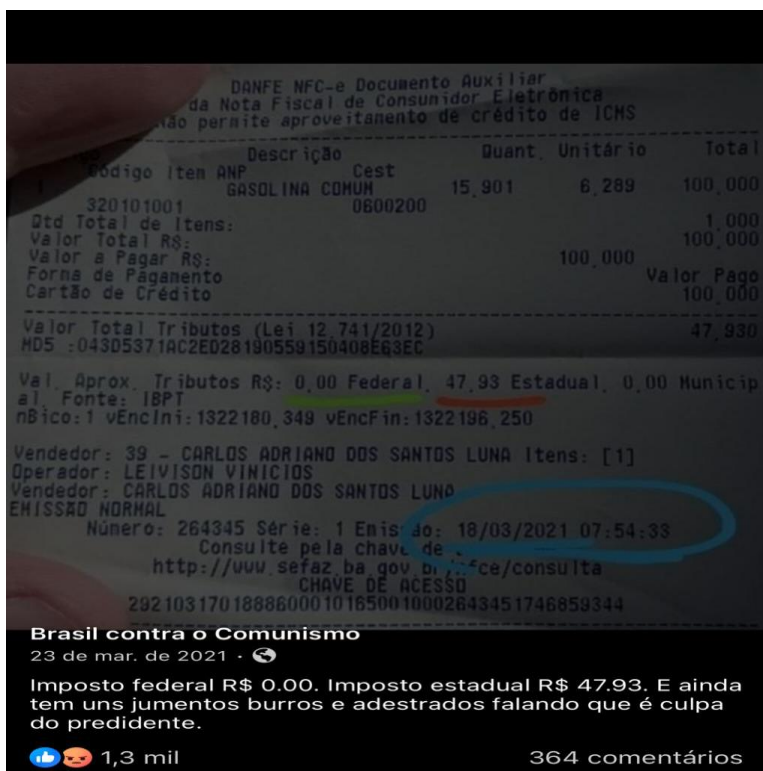
A propagação da fake news resultou em efeitos concretos na esfera econômica e social. De acordo com reportagem publicada no jornal O Globo, o número de transações realizadas via PIX apresentou, naquele momento, sua maior queda desde a implementação do sistema, evidenciando o potencial da desinformação de abalar a confiança da população em ferramentas financeiras legítimas (O GLOBO, 2025).

Além da reação popular, escritórios de contabilidade relataram aumento expressivo nas consultas de clientes preocupados com mudanças nas regras fiscais. Tal situação exigiu do profissional contábil uma postura proativa, pedagógica e imediata, no sentido de oferecer informações precisas, baseadas em fontes oficiais. O contador, nesse contexto, assume o papel de agente de contenção da desinformação tributária, promovendo a segurança jurídica e informacional junto à sociedade.

4.1.2 Postagem 2 – Descontextualização de informações tributárias

A segunda postagem analisada foi publicada em 23 de março de 2021, no Facebook, por uma página intitulada *Brasil contra o Comunismo*. A publicação exibia a imagem de um cupom fiscal referente à compra de gasolina comum e destacava, de forma proposital, a informação de que o valor de tributos federais era de R\$ 0,00, enquanto o valor de tributos estaduais (ICMS) era de R\$ 47,93. A legenda acompanhava o conteúdo com linguagem depreciativa, responsabilizando exclusivamente o governo estadual pela alta no preço do combustível e desqualificando posicionamentos divergentes.

Figura 2 – Postagem Página Brasil contra o Comunismo



Fonte: Rede Social Facebook.

Usuário A: Essa semana viajei e passei por três estados RS, SC e PR!! Todas as notas de posto de combustível estavam descritas lá 37,5% de impostos federais!! Então isso aí é a maior mentira!!

Usuário B: Mas o imposto estadual é passado para o governo federal, e ela repassa para o estado o menos da metade de volta, oi seja metade desse impostos aí acabam sendo federal !!

Usuário C: Mas o imposto federal sobre a gasolina nunca foi zerado 🤔🤔🤔🤔 o grupo do Telegram tá pegando pesado com os fake News

Usuário D: Esses governadores estão tudo combinado pra quebrar o Brasil de todo jeito é feixando comércio e almentado tudo pra o povo morre de fome e o povo tudo dormindo tudo indo na onda da covid eles estão a aproveitado pra quebrar o Brasil quando o povo vim acordar vai ser tarde de mais acorda Brasil.

Usuário E: Só pra constar.

Imposto estadual sobre gasolina pode variar entre 25% a 35%. No caso dessa foto estaria dando mais de 47%. Estranho né.

Como aponta Vaz (2020), usar só uma parte das informações é uma estratégia comum em disputas narrativas. Mesmo que os dados apresentados sejam verdadeiros, quando se omitem outros fatores importantes, o resultado é uma interpretação distorcida. No caso analisado, a postagem mostra apenas o valor do ICMS e ignora outros tributos e custos da cadeia de produção e distribuição, criando uma percepção parcial sobre a formação do preço da gasolina.

Informações oficiais da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) esclarecem que o valor pago pelo consumidor inclui não só os tributos estaduais, mas também os custos de produção, margens de distribuição e revenda e a variação do preço do petróleo no mercado internacional (ANP, 2023)

Além disso, uma reportagem do portal G1 reforça que o preço da gasolina é resultado de vários fatores combinados, sendo o ICMS apenas um deles. Segundo a matéria, mesmo em estados que reduziram o imposto, o valor na bomba não caiu na mesma proporção, justamente porque outros componentes, como o preço internacional do petróleo e o câmbio, têm grande peso na composição final (G1, 2022).

Esse tipo de publicação não afeta só a forma como o público entende o tema, mas também tem reflexos na prática profissional. Conteúdos assim podem levar as pessoas a tirar conclusões erradas e pressionar gestores públicos com base em informações incompletas. Nesse cenário, o contador exerce um papel fundamental ao explicar de forma simples e clara como o preço é formado e como funciona a tributação, contribuindo para que a população tenha uma visão mais realista do assunto.

Esse caso mostra como é importante a educação fiscal e a capacidade de analisar criticamente as informações que circulam nas redes. Como destacam Santos & Silva (2021), investir em programas de educação tributária e no desenvolvimento de habilidades para interpretar dados ajuda a sociedade a participar de forma mais qualificada dos debates públicos e evita que narrativas distorcidas sobre questões fiscais se espalhem.

4.1.3 Postagem 3 - Interpretação sensacionalista sobre aumento do IOF para MEI's

A publicação em análise, veiculada ao perfil TV Quirinópolis na rede social Instagram, em julho de 2025, afirma que os microempreendedores individuais (MEIs) “pagariam o dobro de IOF” em decorrência da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que manteve a validade de decreto do governo federal elevando as alíquotas do Imposto sobre Operações Financeiras

(IOF) para pessoas jurídicas. A postagem é acompanhada por uma imagem contendo a manchete em destaque, associada à fotografia do ministro Alexandre de Moraes e ao logotipo do MEI, recurso que potencializa o apelo visual e amplia o alcance da mensagem.

Embora o conteúdo mencione dados corretos em termos percentuais, a forma de apresentação induz à generalização. A expressão “pagar o dobro” transmite a ideia de um aumento uniforme e inevitável para todos os MEIs, desconsiderando que o IOF não incide sobre todas as atividades do microempreendedor, mas apenas sobre operações específicas de crédito, como empréstimos, financiamentos e antecipação de recebíveis. Tal abordagem exemplifica um enquadramento sensacionalista, que, segundo Amaral (2021), pode conduzir à formação de percepções distorcidas quando não são apresentados todos os elementos necessários à compreensão da informação.

Figura 3 – Post TV Quirinópolis.



Fonte: Rede Social Instagram.

Usuário A: Aumento de impostos pra quem trabalha e auxílio pra quem usa d4og@as, que País do progresso é esse 🤔🤔🤔

Usuário B: Qual milionário tem Mei? Isso sempre foi para prejudicar os pobre trabalhadores, para fazer desistirem dos seus sonhos e voltarem a depende do governo e eles os controlar novamente

Usuário C: Os MEI 'S que são os super ricos tachados kkkk

Usuário D: Parabéns aos envolvidos!!! Cada dia que passa são só notícias boas!!!! E dele impostos!!

De acordo com informações oficiais do Ministério da Fazenda, a medida elevou a alíquota fixa do IOF de 0,38% para 0,95%, enquanto a alíquota diária passou de 0,00137% para 0,00274%. Em termos anuais, tal alteração representa um aumento aproximado de 1 ponto percentual no custo de financiamentos, afetando apenas os MEIs que realizam operações de crédito (BRASIL, 2025). Assim, a narrativa que sugere impacto automático e generalizado carece de fundamentação integral.

Conforme reportagem do G1 (2025), o objetivo principal do ajuste foi ampliar a arrecadação federal, com projeção de incremento de R\$ 11,5 bilhões em 2025. A mesma fonte esclarece que o impacto efetivo sobre cada contribuinte varia de acordo com o volume e a frequência das operações de crédito realizadas, o que reforça a necessidade de contextualização adequada da informação.

Do ponto de vista contábil, situações como essa destacam a importância do papel do profissional de contabilidade como mediador entre dados técnicos e a compreensão do público leigo. O contador, ao interpretar e explicar a incidência tributária de forma clara e precisa, contribui para que decisões financeiras e posicionamentos políticos não se fundamentem em interpretações parciais ou distorcidas. Nesse sentido, a educação fiscal e a alfabetização midiática assumem papel estratégico na prevenção e mitigação dos efeitos da desinformação em temas tributários.

4.2 Análise das entrevistas com profissionais

Nesta seção, apresentam-se os resultados da segunda etapa da pesquisa, referente às entrevistas semiestruturadas realizadas com três profissionais atuantes nas áreas contábil e jurídica. Essa etapa buscou compreender, a partir das experiências e percepções dos entrevistados, como a desinformação em temas financeiros e tributários impacta a atuação profissional e quais estratégias são adotadas para preveni-la ou combatê-la.

A transcrição original das entrevistas foi editada apenas para correção de pontuação, eliminação de vícios de linguagem (tais como repetições, interjeições e pausas), ajustes de concordância e clareza textual, preservando integralmente o conteúdo e o sentido das falas. Não houve cortes de informação ou alterações que modificassem o teor das respostas. As entrevistas completas encontram-se disponíveis no Apêndice deste trabalho.

As entrevistas seguiram um roteiro previamente elaborado, com questões abertas que permitiram aos participantes relatar experiências, opiniões e práticas profissionais, tanto em relação ao impacto da desinformação no exercício da profissão quanto às medidas adotadas para preveni-la ou mitigá-la. As falas foram transcritas e organizadas para que houvesse uma eficiente análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2016). Tal análise possibilitou a identificação de padrões, divergências e convergências entre as respostas, bem como sua relação com os conceitos discutidos no referencial teórico.

1. Você já identificou ou foi afetado diretamente por informações falsas no exercício da sua profissão? Pode descrever o contexto?		
E1	E2	E3
<i>Não necessariamente falsas, mas a questão é a fonte utilizada para se fundamentar em um conteúdo. O exercício contábil exige estudo e fundamentação, mas muitas vezes vemos o que o colega fez e apenas reproduzimos, sem verificar. Já tive problemas com troca de informações dentro do próprio escritório, como na DEFIS do Simples Nacional: havia confusão sobre como pegar o estoque do cliente ou o valor do ISS retido na prefeitura. É preciso estudar e questionar colegas, mesmo os mais experientes, para evitar erros.</i>	<i>Não fui afetado de forma direta, pois sempre busquei a fidedignidade das informações antes de qualquer operação contábil. Sei do impacto que uma informação equivocada pode ter, seja em demonstrativos ou na prestação de contas a um cliente. A prudência e o cuidado sempre foram essenciais para evitar prejuízos.</i>	<i>Não com fake news anônimas. O que já ocorreu foram interpretações distorcidas de falas minhas, que geraram desgastes. Isso não é exatamente fake news no sentido técnico, mas sim má interpretação. Fake news, para mim, exige que a fonte seja anônima, haja intenção deliberada de desinformar e que o fato seja inventado, e não apenas interpretado de forma diferente.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

As respostas revelam que a desinformação no campo contábil pode se manifestar de diversas formas: desde erros não intencionais (misinformation) até distorções de conteúdo (malinformation). Conforme Wardle e Derakhshan (2017), a diferença fundamental está na intencionalidade: enquanto a misinformation decorre de equívocos ou desconhecimento, a disinformation pressupõe um propósito claro de enganar. A fala sobre interpretações distorcidas aproxima-se da malinformation, que utiliza fatos reais fora de contexto para causar prejuízos. No campo contábil, onde a terminologia é técnica e complexa, como destaca Lazer et al. (2018), a ausência de verificação rigorosa aumenta a probabilidade de erro e amplia o impacto potencial dessas informações sobre a tomada de decisão.

2. Com que frequência você se depara com fake news relacionadas a temas tributários e em que contexto elas costumam aparecer?		
E1	E2	E3
<i>Atualmente percebo muito em relação à Reforma Tributária. Professores e profissionais dão informações diferentes, mas ainda estamos aguardando definições oficiais. Isso gera boatos no escritório e confunde clientes, como no caso da calculadora da reforma e da estrutura de nota fiscal para lucro presumido ou real. É preciso buscar fontes seguras e refletir antes de orientar.</i>	<i>Com o avanço das informações digitais, há um crescimento preocupante de informações falsas, visíveis diariamente, especialmente em redes sociais e páginas de notícias. Muitas vezes têm teor sensacionalista e são compartilhadas sem verificação. Isso prejudica as pessoas, que tomam decisões precipitadas e sofrem prejuízos.</i>	<i>Em temas tributários e contábeis, vi o caso da suposta “taxação do Pix” dita por um deputado, que teve milhões de visualizações e causou grande instabilidade. Reformas tributárias e mudanças legislativas aumentam o espaço para fake news.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

Os relatos indicam que temas em pauta na agenda pública, como reformas e alterações legislativas, são terreno fértil para a proliferação de fake news. Esse fenômeno se relaciona à Teoria da Agenda-Setting (McCombs; Shaw, 1972), que explica como a visibilidade dada a certos assuntos influencia a percepção social. Mascarenhas (2024) e Pariser (2011) complementam, ao apontar que o enquadramento seletivo e as “bolhas de filtros” reforçam narrativas alinhadas a crenças pré-existentes.

3. Algum cliente seu já tomou decisão com base em uma informação falsa? Como foi resolvido?		
E1	E2	E3
<i>Sim. No início de 2025, houve um alarde sobre o Pix, causado por interpretações erradas divulgadas nas redes sociais. Passei cerca de 20 dias explicando a mesma coisa para vários clientes. A maioria reagiu por emoção e falta de orientação; outros caíram em golpes de crédito, mesmo após eu alertar.</i>	<i>Não. Meus clientes geralmente confirmam comigo antes de agir. Isso evita decisões precipitadas e impactos negativos.</i>	<i>Sim, mas não com fake news no sentido técnico. Um advogado prestou informações falsas para convencer meu cliente de que ele estava coberto de razão, falando absurdos jurídicos para levá-lo como cliente. Isso gerou desgaste e rompimento.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

A influência direta de notícias falsas na tomada de decisão é evidente, seja por mobilizar ações equivocadas, seja por gerar insegurança. O episódio do Pix, discutido também na análise netnográfica, exemplifica como boatos podem ganhar força rapidamente e provocar consequências econômicas concretas. Castells (2016) descreve a comunicação como instrumento de poder capaz de moldar comportamentos, enquanto Habermas (1984) ressalta

que a ausência de diálogo racional e fundamentado fragiliza decisões e prejudica a confiança entre as partes.

4. Qual o impacto da desinformação para o cliente e para o seu trabalho?		
E1	E2	E3
<i>Na contabilidade, é preciso estar preparado para qualquer situação e saber se comunicar bem. Muitos clientes chegam com fragmentos de notícias, especialmente sobre FGTS, direitos trabalhistas e Imposto de Renda, e acabam tomando decisões erradas. Isso pode gerar prejuízos, mas clientes que buscam orientação tendem a se fidelizar pelo atendimento.</i>	<i>O principal impacto é a perda de credibilidade no mercado, dificultando a prospecção e manutenção de clientes. A reputação do profissional pode ser prejudicada, mesmo que o erro não tenha sido intencional.</i>	<i>Gera desgaste, abala a confiança e pode resultar no rompimento da relação profissional.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

A desinformação compromete a confiança, que é base das relações profissionais no campo contábil e jurídico. Wardle & Derakhshan (2017) destacam que, ao fragilizar essa confiança, a desinformação corrói também a legitimidade institucional. Lazer et al. (2018) alertam para o perigo da “verossimilhança” de conteúdos falsos em áreas técnicas, que muitas vezes apresentam aparência de legitimidade, aumentando o risco de adesão e de prejuízos para clientes e profissionais.

5. Quais riscos a desinformação pode trazer para o profissional da contabilidade, especialmente recém-formados?		
E1	E2	E3
<i>Uso de fontes não confiáveis, erros de interpretação e risco de atrito com colegas. É fundamental ter cautela na escolha das fontes e na forma de comunicar informações ao cliente.</i>	<i>Pode levar até à perda do registro profissional, caso resulte em má conduta. Também gera retrabalho para corrigir erros e orientar clientes, além de causar transtornos.</i>	<i>Forma “bolhas” de entendimento que reforçam visões distorcidas da realidade, prejudicando o senso crítico e a capacidade de análise, o que impacta diretamente a atuação profissional.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

Profissionais em início de carreira, por ainda não dominarem plenamente as rotinas e fontes seguras, são mais suscetíveis à desinformação. Além de comprometer a qualidade técnica, essa vulnerabilidade pode afetar a reputação e até a permanência na profissão. O conceito de “bolhas informacionais” descrito por Pariser (2011) é particularmente relevante, pois ilustra como o consumo restrito a determinadas fontes reforça visões distorcidas, limitando a análise crítica.

6. Você acredita que a desinformação pode ser usada intencionalmente para manipular decisões fiscais ou empresariais?		
E1	E2	E3
<i>Sim. Há contadores que agem de má-fé, manipulando informações para atrair clientes, causando prejuízos e confusão.</i>	<i>Sim. É uma prática comum, embora antiética. Pode gerar perda de clientes, mas alguns preferem manter a credibilidade a aceitar tais práticas.</i>	<i>Sim. Narrativas podem ser construídas para favorecer determinados interesses econômicos e prejudicar outros, manipulando a percepção das pessoas.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

A intencionalidade no uso da desinformação aproxima-se do conceito de disinformation de Wardle e Derakhshan (2017), caracterizada pela manipulação deliberada para enganar. No contexto corporativo, essa prática pode influenciar estratégias de mercado e decisões de

investimento, como já apontado por Moscovitz e Niessner (2018) em estudos sobre impactos econômicos das fake news.

7. Você acredita que há impacto reputacional para o contador/advogado que compartilha ou não combate fake news entre seus clientes?		
E1	E2	E3
<i>Se feito de má-fé, o dano pode ser irreversível. Se for um erro, é preciso se retratar imediatamente e evitar repetições.</i>	<i>Sim. É essencial filtrar e checar informações antes de repassar, garantindo credibilidade e confiança.</i>	<i>Depende. Em grupos que compartilham das mesmas fake news, pode gerar empatia. Mas em outros contextos, prejudica a imagem. O profissional deve saber transitar entre diferentes públicos sem expor posicionamentos que possam gerar conflitos.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

A reputação é um ativo intangível essencial no exercício da contabilidade e da advocacia, diretamente ligado à credibilidade e à confiança do cliente. Segundo Kotler e Keller (2012), a imagem profissional é construída ao longo do tempo, mas pode ser comprometida rapidamente em situações de má conduta informacional. O compartilhamento, mesmo involuntário, de informações falsas compromete a percepção de competência e seriedade, reforçando a necessidade de vigilância e de alinhamento ético com as boas práticas da profissão.

8. Quais fontes você considera mais confiáveis para se manter atualizado sobre normas e legislação?		
E1	E2	E3
<i>Receita Federal, SEFA, Diário Oficial, Senado e colegas que publicam conteúdo fundamentado.</i>	<i>Páginas oficiais do governo, Congresso Nacional e Senado. Evitar sites não oficiais e jamais usar Wikipedia como fonte.</i>	<i>Legislação oficial como LGPD, Marco Civil da Internet e decisões do STF. Também sugere acompanhar veículos de diferentes posicionamentos políticos para ter uma visão plural.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

A escolha de fontes confiáveis é decisiva para prevenir a disseminação de fake news, sobretudo em áreas técnicas. Conforme Flick (2009), a qualidade das informações utilizadas em contextos profissionais depende diretamente da credibilidade das fontes consultadas. A fala dos entrevistados demonstra alinhamento às boas práticas de verificação, reforçando o papel da checagem oficial como barreira contra a desinformação e a importância da pluralidade de fontes para ampliar a análise crítica.

9. Quais medidas você adota para combater fake news no seu dia a dia profissional?		
E1	E2	E3
<i>Evito redes sociais como TikTok e bloqueio fontes não confiáveis. Prefiro não seguir perfis que possam divulgar informações incorretas.</i>	<i>Dou orientações e conscientizo clientes a confirmarem informações antes de compartilhá-las, evitando alardes desnecessários.</i>	<i>Consulto múltiplas fontes, comparo portais de diferentes linhas editoriais e, quando possível, acesso diretamente o conteúdo original para formar minha própria análise.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

As medidas relatadas indicam uma atuação preventiva e educativa, coerente com o papel do profissional como mediador da informação (Habermas, 1984). Ao promover a

checagem e evitar canais de baixa confiabilidade, o contador e o advogado não apenas protegem sua prática profissional, mas também contribuem para o fortalecimento da cidadania informada. Essa postura conecta-se ao conceito de “alfabetização midiática”, discutido por Santos e Silva (2021), que defende o desenvolvimento de habilidades críticas para lidar com o volume e a complexidade das informações disponíveis.

10. Na sua percepção, quais temas tributários ou contábeis são mais vulneráveis à circulação de fake news e por quê?		
E1	E2	E3
<i>Questões trabalhistas, especialmente rescisões, por falta de informação clara e comunicação ineficaz entre órgãos e trabalhadores.</i>	<i>Formação de balanços patrimoniais e registros contábeis que não refletem a realidade da empresa, podendo distorcer informações.</i>	<i>Temas ligados a direitos humanos, reformas tributárias e assuntos politicamente polarizados, que despertam paixões e são mais propensos à manipulação.</i>

Fonte: Dados de pesquisa (2025).

Temas sensíveis e de impacto direto na vida das pessoas tendem a ser mais vulneráveis à desinformação, conforme apontam Wardle e Derakhshan (2017). Isso se deve ao alto apelo emocional e à complexidade técnica, fatores que, combinados, ampliam o potencial de viralização de narrativas distorcidas. O ambiente de polarização política, mencionado pelos entrevistados, também reforça o que Pariser (2011) descreve como formação de “câmaras de eco”, nas quais informações circulam sem contestação e fortalecem visões pré-existentes.

A análise das entrevistas revelou que a desinformação em temas financeiros e tributários afeta não apenas a percepção dos clientes, mas também a rotina e a reputação dos profissionais que atuam na área. Entre os principais impactos identificados estão o aumento da demanda por esclarecimentos, prejuízos econômicos, desgaste nas relações e riscos reputacionais. Além disso, constatou-se que a escolha de fontes confiáveis e a adoção de estratégias preventivas são fundamentais para minimizar os efeitos da circulação de informações falsas.

Esses achados dialogam diretamente com o referencial teórico apresentado no capítulo 2, evidenciando como a Teoria da Agenda-Setting (McCombs; Shaw, 1972) e a Teoria da Ação Comunicativa (Habermas, 1984) ajudam a compreender o papel central do profissional contábil e jurídico como mediador da informação. Também reforçam a importância da educação fiscal e da alfabetização midiática como ferramentas estratégicas para combater a desinformação e fortalecer a credibilidade da profissão.

5 Considerações finais

O presente trabalho buscou analisar a desinformação e seus impactos na área contábil, tributária e financeira, com foco nos efeitos que notícias falsas, boatos e informações manipuladas podem gerar sobre a atuação profissional e a sociedade. A partir da revisão teórica e da análise empírica realizada, foi possível observar que a circulação de conteúdos enganosos no ambiente digital afeta diretamente a compreensão de normas, prazos e obrigações, colocando em risco tanto a tomada de decisão de indivíduos quanto a credibilidade das instituições.

Constatou-se que a desinformação assume formatos cada vez mais sofisticados, utilizando linguagem técnica e estratégias narrativas que conferem aparência de legitimidade às informações falsas. Esse cenário torna mais difícil a identificação de erros ou manipulações, sobretudo por parte do público leigo, e até mesmo de profissionais que não aprofundam a checagem das fontes. Verificou-se, ainda, que embora existam iniciativas de combate, como o

uso de canais oficiais e a atuação preventiva de contadores e juristas, persistem fragilidades na validação das informações em ambientes virtuais.

Com base nos resultados obtidos, conclui-se que o fortalecimento da educação midiática, aliado ao compromisso ético e técnico do profissional contábil, constitui elemento central para minimizar os impactos da desinformação. Cabe ao contador assumir papel ativo como agente de orientação, garantindo clareza e segurança na transmissão de dados contábeis e tributários. Dessa forma, este estudo contribui para reforçar a importância de práticas informacionais responsáveis e para destacar que a luta contra a desinformação não se restringe ao campo da comunicação, mas envolve também o fortalecimento da confiança nas profissões regulamentadas e no próprio sistema financeiro e tributário.

REFÊRENCIAS

- Amaral, A. B. (2021). Jornalismo e enquadramento noticioso: Impactos na interpretação do público. *Revista Comunicação e Sociedade*, 43, 215–233. <https://revcom.portcom.intercom.org.br>
- ANP – Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis. (2023). *Formação de preços de combustíveis*. Retrieved August 9, 2025, from <https://www.gov.br/anp/pt-br/assuntos/precos-e-defesa-da-concorrenca/formacao-de-precos>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (1ª ed.). Edições 70.
- Belfort, J. (2007). *O lobo de Wall Street*. Fontanar.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão* (M. L. Machado, Trad.). Zahar.
- Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Senado Federal.
- Brasil. Ministério da Fazenda. (2025). *Ajuste nas alíquotas do IOF para pessoas jurídicas*. Retrieved August 10, 2025, from <https://www.gov.br/fazenda/pt-br>
- Brasil. Câmara dos Deputados. (2020). *Projeto de Lei n. 2.630, de 2020: Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet (Lei das Fake News)*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256734>
- Brasil. Receita Federal. (2025). *Nota oficial: Esclarecimentos sobre movimentações financeiras e PIX*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.gov.br/receitafederal>
- Brasil Escola. (n.d.). *Fake news: Como surgiu e perigos*. Retrieved April 4, 2025, from <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>
- Castells, M. (2016a). *O poder da comunicação* (V. L. M. Joscelyne, Trad., 5ª ed.). Paz e Terra.
- Castells, M. (2016b). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Zahar.
- Clube do Português. (n.d.). *Ação comunicativa – entenda a teoria de Jürgen Habermas*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.clubedoportugues.com.br/teoria-da-acao-comunicativa/>
- Conceito.de. (n.d.). *Fake news – o que é, características e objetivos*. Retrieved April 4, 2025, from <https://conceito.de/fake-news>

- Corrêa, E. M., & Passos, E. F. (2012). Agenda-setting e framing: Detalhes de uma mesma teoria? *Intexto*, (26), 1–17.
<https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/22933/18921>
- De Brito Costa, R. M., & De Carvalho, C. P. (2021). Jornalismo e redes sociais: Novas práticas e reconfigurações. *Comunicação & Informação*, 24.
- De Souza, R. A., & Inomata, D. O. (2024). O uso da netnografia como método para análise de conteúdo no X. *Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria*, 9, 1–5.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa: Teorias e abordagens* (2ª ed.). Artmed.
- Dialnet. (n.d.). *O impacto das fake news na confiabilidade das informações contábeis*. Retrieved August 28, 2025, from <https://dialnet.unirioja.es>
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa* (3ª ed.). Artmed.
- Folha de S. Paulo. (2018, February 8). Fake news ganha espaço no Facebook e jornalismo profissional perde. *Poder*. <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/fakenews-ganha-espaco-no-facebook-e-jornalismo-profissional-perde.shtml>
- Freitas, P. S., & Coutinho, C. L. (2014). A teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas: Conceitos básicos e possibilidades de aplicação à administração escolar. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 24(57), 117–124.
<https://www.scielo.br/j/paideia/a/xJGQv8nhmfczWSDkPvPxxq/>
- G1. (2022, July 4). *Entenda como é formado o preço da gasolina*. Retrieved August 9, 2025, from <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/07/04/entenda-como-e-formado-o-preco-da-gasolina.ghtml>
- G1. (2022). *Preço da gasolina não cai mesmo após redução do ICMS em alguns estados*. Retrieved April 4, 2025, from <https://g1.globo.com>
- G1. (2025). *Aumento do IOF: Entenda quem será afetado e como*. Retrieved August 10, 2025, from <https://g1.globo.com/economia>
- Gonçalves, B. H. (2017). A informação enfurecida e a missão do bibliotecário em tempos de pós-verdade: Uma releitura com base em Ortega y Gasset. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 13(3), 77–92.
<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/777/1043>
- Habermas, J. (1984). *Teoria do agir comunicativo* (Vol. 1). WMF Martins Fontes.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2021). Manufacturing consent. In *Power and inequality* (pp. 198–206). Routledge.
- Intercom. (2012). *Agenda setting: Intercom Centro-Oeste*. Retrieved April 4, 2025, from <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2012/resumos/R31-0426-1.pdf>
- José Luis de Oliveira Teixeira. (n.d.). [Artigo acadêmico não identificado]. [Arquivo pessoal: 3-JoséLuisdeOliveiraTeixeira_ARTIGO.pdf].
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Administração de marketing* (14ª ed.). Pearson.
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Penso.
- Lazer, D. M. J., et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.

- Lebed, J. (2001). *Testimony before the Securities and Exchange Commission*.
- Mascarenhas, D. F. (2024). Desafios democráticos na era digital: Diagnósticos e soluções da produção de fake news no Brasil à luz da Comissão Interamericana de Direitos Humanos. *Pensar – Revista de Ciências Jurídicas*, 29(1), 1–12.
- Mascarenhas, D. (2024). *Fake news e a (des)informação no Brasil*. Contexto.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Minayo, M. C. S. (2001). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde* (9ª ed.). Hucitec.
- Moskowitz, T. J., & Niessner, M. (2018). *Fake news: Evidence from financial markets*. Yale School of Management. Retrieved June 8, 2025, from <https://som.yale.edu>
- Moskowitz, T. J., & Niessner, M. (2018). *Fake news: Evidence from financial markets*. Yale School of Management. Retrieved August 13, 2025, from <https://som.yale.edu>
- O Globo. (2025, January 15). Número de transações do PIX tem maior queda desde a implementação do sistema após fake news e dúvida sobre taxaço. *O Globo Economia*. <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2025/01/15/numero-de-transacoes-do-pix-tem-maior-queda-desde-implementacao-do-sistema-apos-fake-news-e-duvida-sobre-taxacao.ghhtml>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Quessada, M. (2022). A agenda setting das fake news: Uma análise da desinformação contra a esquerda brasileira à luz da ciência política. *Desenvolvimento Socioeconômico em Debate*, 8(1), 88–112. <https://doi.org/10.18616/rdsd.v8i1.7424>
- Santos, A. P., & Silva, M. J. (2021). Educação fiscal e cidadania: Um estudo sobre a compreensão da carga tributária. *Revista Brasileira de Educação Fiscal*, 15(2), 45–62. <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/educacao-fiscal>
- Santos, M. P., & Silva, J. R. (2021). Alfabetização midiática: Caminhos para o combate à desinformação. *Revista Comunicação & Educação*, 26(2), 45–60.
- Silva, S. (2008). *As fontes jornalísticas na era digital: Relações e encenação* (Dissertação de mestrado). Universidade do Minho, Braga.
- Soares, H. (2024). Combate penal às fake news? Sobre a relação da teoria da criminalização com a verdade. *Revista do Instituto de Ciências Penais*, 8(2), 299–324. <https://doi.org/10.46274/1809-192XRICP2023v8n2p299-324>
- Soares, S. S. D., & Stengel, M. (2021). Netnografia e a pesquisa científica na internet. *Psicologia USP*, 32, e200066.
- Teixeira, L. S. (2024). *Fake news ou pós-verdade? Como notícias verdadeiras são utilizadas para propagar desinformação nas redes sociais* (Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Jornalismo). Universidade Federal do Amazonas, Manaus.
- Traquina, N. (2021). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Editora Insular.
- U.S. SEC – United States Securities and Exchange Commission. (1999). *Litigation Release No. 16205: SEC charges Stratton Oakmont, Inc. and principals with fraudulent sales practices and market manipulation*. Retrieved June 8, 2025, from <https://www.sec.gov/litigation/litreleases/lr16205.htm>

- UNESCO. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
- Vaz, M. A. (2020). Desinformação tributária e seus impactos no debate público. *Revista de Direito Tributário Atual*, 46, 201–220. <https://www.ibet.com.br/revista-direito-tributario-atual>
- Wardle, C. (2017, February 16). *Fake news: It's complicated*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
- Wikipédia. (n.d.). *Fato ou Fake*. Retrieved August 13, 2025, from https://pt.wikipedia.org/wiki/Fato_ou_Fake
- Wikipédia. (n.d.). *Netnografia*. Retrieved August 13, 2025, from <https://pt.wikipedia.org/wiki/Netnografia>
- X (Twitter). Receita Federal do Brasil. (2025, January 15). *Post*. Retrieved August 13, 2025, from <https://x.com/ReceitaFederal/status/1879554668357144869>
- [Autor desconhecido]. (n.d.). *Desordem informacional e suas contribuições para o fenômeno da infodemia no contexto da Covid-19* [PDF]. [Arquivo pessoal: 2+DESORDEM+INFORMACIONAL+...pdf]. Retrieved August 28, 2025.