



Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE)
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)
Bacharelado em Ciências Contábeis

Bárbara Maria Fonseca de Farias

Análise de Confiabilidade dos Usuários de Informação nas notícias e nas fontes

Brasília
2018

BÁRBARA MARIA FONSECA DE FARIAS

Análise de Confiabilidade dos Usuários de Informação nas notícias e nas fontes

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Professor Orientador: Dr. César Augusto Tibúrcio Silva

Brasília – DF

2018

BÁRBARA MARIA FONSECA DE FARIAS

Análise de Confiabilidade dos Usuários de Informação nas notícias e nas fontes

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Prof. Dr. César Augusto Tibúrcio Silva
Professor-Orientador
Universidade de Brasília

Prof. Mestre Maria Lizete da Silveira
Examinadora
Universidade de Brasília

Brasília – DF
2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar, por Ele sempre me mostrar os caminhos que devo seguir e que mesmo eu desacreditando que não conseguiria enviou anjos para me ajudar. Esses que são: minha família e amigos que acreditam no meu potencial e estão sempre ao meu lado. Meus pais que nunca mediram esforços para eu ter uma boa educação. Minha mãe em especial, que é minha revisora de texto e foi sincera com relação aos pontos que deveriam ser modificados no trabalho. Ao meu namorado que há quase sete anos me motiva e me ajuda a acreditar em mim mesma. Obrigada ao meu orientador pelo cuidado na leitura dos arquivos que eu enviava e também pela paciência que teve desde o início do processo para realizar este trabalho de conclusão de curso. E não posso deixar de agradecer a Professora Maria Lizete por ter aceitado o convite de compor a banca para avaliar o meu trabalho e pelas considerações que fez gentilmente.

Resumo

O propósito deste trabalho é analisar a confiabilidade dos usuários de informação nas notícias e as diferentes fontes de informação. Para isso, (1) foi necessário verificar os pontos importantes que devem conter em uma informação, (2) o que seria uma fonte de qualidade, (3) e o conflito que está ocorrendo entre uma notícia de uma fonte impressa e da rede social. Para isto foram aplicados diferentes tipos de questionários, onde a única diferença correspondia a fonte de informação, já que cada tipo trazia uma diferente fonte: Valor Econômico, Facebook, Wikipédia, Fipecafi, Sputnik Brasil, Fundação Municipal do Meio Ambiente de Içara (FUNDAI), Folha de S. Paulo e *The New York Times*. Concluiu-se que os usuários estão mais questionadores, pelo fato dos dados terem uma concentração maior no âmbito da não confiabilidade; porém, as fontes como *The New York Times*, Valor Econômico, Folha de S. Paulo, ou seja, os mais institucionalizados na transmissão da notícia obtiveram resultados mais favoráveis em comparação com os outros na análise dos resultados. O trabalho permite então concluir que a confiabilidade da informação pode ser relevante para o processo decisório do usuário.

Palavras-chave: confiabilidade, informação, fonte.

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

Figura 1 - Confiança nas fontes de notícia utilizadas (%).....	15
Gráfico 1 – Credibilidade na Informação.....	18
Gráfico 2 – Credibilidade na fonte.....	22
Quadro 1 - Ações tomadas por aqueles que ouviram falar de "notícias falsas".....	13
Quadro 2 – Qual meio de comunicação busca se informar sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar?.....	14
Tabela 1 – Dados Estatísticos – Primeiro Questionário.....	18
Tabela 2 – Teste de Variância – P-Valor – Primeiro Questionário.....	20
Tabela 3 – Teste de Média – Primeiro Questionário.....	20
Tabela 4 – Dados Estatísticos – Segundo Questionário.....	22
Tabela 5 – Teste de Média – Segundo Questionário.....	22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 Confiabilidade na Informação.....	10
2.2 A Qualidade da Fonte.....	11
2.3 Facebook.....	12
2.4 Conflito entre Jornal Impresso e Rede Social.....	13
3. METODOLOGIA.....	16
3.1 Coleta de Dados.....	16
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	18
5. NOVA PESQUISA.....	21
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
REFERÊNCIAS.....	24
APÊNDICE.....	26

1. INTRODUÇÃO

Sales & Almeida (2007, p.68) demonstram que “com o passar dos tempos as necessidades dos homens foram se transformando, conseqüentemente foram se transformando também a realidade construída por eles”; ou seja, a informação é compreendida como uma mensagem que tem por base a propagação de notícias que estão sujeitas a modificações no dia a dia do ser humano, já que pode afetar certas atitudes e pensamentos. Com isso, ela transforma a compreensão do homem inserido no meio ambiente e o ponto de vista humano do meio ambiente, isto é, no primeiro caso significa que uma informação pode provocar reações, positivas ou negativas, na sociedade. E o segundo seria que a cada acréscimo de conhecimento sobre um determinado assunto, por exemplo, o homem passa a ter mais uma opinião sobre tal fato, a qual pode ser diferente da que tinha ou uma confirmação.

Nesta era informacional, Coutinho & Lisbôa (2011, p.7) afirmam que: “as tecnologias assumem um papel de destaque em todos os segmentos sociais (...) nos quais a tecnologia da informação é considerada uma ferramenta indispensável na manipulação da informação e construção do conhecimento pelos indivíduos”. Essa manipulação apresentada pelas autoras é percebida de duas maneiras. A primeira, que não há certeza de que a informação divulgada é verdadeira; e a segunda, que ela pode ser modificada no momento da transmissão ao segmento social final que, por consequência, não estará sendo publicada fielmente.

A partir desse ponto, passa a ser relevante abordar sobre a confiança na qualidade da informação publicada. Segundo Coutinho & Lisbôa (2011, p.8) mostram que:

“É necessário que, frente às informações apresentadas, as pessoas possam reelaborar o seu conhecimento ou até mesmo desconstruí-lo, visando uma nova construção. Esta construção deverá estar alicerçada em parâmetros cognitivos que envolvam a auto regulação, aspectos motivacionais, reflexão e criticidade frente a um fluxo de informações que se atualizam permanentemente”.

Sendo assim, devem possuir um olhar crítico a tudo que é divulgado em todos os canais de notícia.

Para a área de contabilidade a divulgação e a fonte são fatores primordiais para obtenção do seu objetivo. O Conselho Federal de Contabilidade (2008, p. 22) afirma que é:

“(...) prover os usuários com informações sobre aspectos de naturezas econômica, financeira e física do patrimônio da entidade e suas mutações, o que compreende registros, demonstrações, análises, diagnósticos e

prognósticos, expressos sob a forma de relatos, pareceres, tabelas, planilhas e outros meios”.

Um exemplo são os relatórios contábeis apresentados pelas empresas aos usuários da informação, em que deve apresentar qualidade na notícia transmitida, pois pelo fato de poder provocar mudanças nas decisões ou pensamentos dos indivíduos torna-se essencial verificar a qualidade dela. Sendo essa a finalidade do presente artigo, que é saber se a qualidade do texto transmitido por uma determinada fonte é confiável para quem a busca.

Importante destacar que para a empresa ter uma informação de qualidade, ela precisa ter um bom controle interno, um sistema eficiente, profissionais qualificados. Todos esses fatores geram um custo, na qual, para algumas entidades, acreditam que não seja interessante o investimento.

Para que possa alcançar ao objetivo deste artigo, ele será dividido em cinco partes. Após a introdução, será apresentada a fundamentação teórica, que embasa o estudo sobre a confiabilidade que uma informação deve transmitir, seguida de uma verificação na qualidade da fonte, além de uma análise comparativa nos meios de comunicação de um jornal impresso com a rede social. Depois, será feita a análise estatística dos dados dos entrevistados para a primeira pesquisa de campo, sendo o foco verificar se observam o teor da notícia e a fonte. Após o resultado desse estudo, houve a necessidade de realizar uma nova pesquisa para obter a confirmação dos pontos analisados anteriormente, em que o enfoque foi apenas a fonte, pois foi esse tópico que obteve uma maior relevância nos primeiros resultados. Finalmente, será apresentada a conclusão obtida com o estudo e serão apresentados os questionários utilizados. Com isso, espera-se verificar a confiabilidade dos entrevistados nas notícias; e, em segundo lugar, poder responder a este questionamento: será que os indivíduos procuram verificar a veracidade da informação divulgada?

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONFIABILIDADE NA INFORMAÇÃO

A transformação por meio da informação só é possível pela confiabilidade que ela causa em um determinado informe, dado ou pessoa que pode derivar de credibilidade gerada, cultivada, mantida e até mesmo reforçada (Marinho, 2013), em que, de acordo com Martins (2006, p.2) “a confiabilidade refere-se à consistência ou estabilidade de uma medida”, portanto quando possui uma repetição constante nas informações expressadas ela passa a ter certa confiança. Entretanto, há uma famosa frase de Joseph Goebbels que “uma mentira repetida mil vezes transforma-se em uma verdade”, a qual demonstra que em toda informação deve-se verificar a veracidade dela em fontes de notícias confiáveis, mesmo que seja ela reproduzida frequentemente.

Outro conceito sobre a confiabilidade sob um ponto de vista diferente dos anteriores que as autoras Paim e Nehmy (1998, p.83) abordam é que “a categoria confiança faz a mediação entre o sujeito da ação e a estrutura social. O sujeito é socializado num tipo de confiança baseada nos valores da sociedade”, isto é, a confiança também está direcionada para o convívio social, além da propagação de notícias, informações e dados.

O Manual de Contabilidade Societária (2013, prefácio à segunda edição, p. XXX) apresenta que:

“A confiança é fundamental no mundo dos negócios, e a confiança na qualidade das normas utilizadas para a elaboração das informações contábeis faz parte do processo que ajuda na facilitação das operações, na redução do custo do capital, no interesse na própria negociação etc”.

A partir da confiabilidade transmitida pela informação, que está sujeita a suscitar mudanças, cabe destacar a informação contábil, que é o conhecimento sobre a situação da entidade para os usuários, em que ela deve ser útil sendo fidedigna e relevante. E para melhorar a informação existem características como: ser compreensível, comparável, tempestiva e verificável, como é expresso no CPC 00 R1; e, se forem apresentados esses pontos, a confiança do usuário melhorará. Por isso, a qualidade de uma informação afeta decisões que podem vir a transformar o meio em que ela abrange.

Para o CPC 00 R1, uma informação qualitativa fundamental deve abranger relevância e representação fidedigna. Sendo a primeira, mostrar pontos que devem ter a importância suficiente para realizar uma determinada influência na tomada de decisão dos usuários e a segunda, expressa que não deve apenas ter relevância, mas também deve ser perfeitamente fidedigna, ou seja, possuir três atributos, como “ser *completa, neutra e livre de erro*” (CPC 00 R1, p.15). Essas características evidenciam que deve ser uma informação

perfeita, mas o próprio CPC 00 R1 esclarece que: “é claro, a perfeição é rara, se de fato alcançável. O objetivo é alcançar a maximização dos atributos na extensão que seja possível”.

Para possuir uma melhor confiança dos usuários, o CPC 00 R1 traz que é interessante que a informação contábil tenha a característica de comparabilidade para dar-lhes a opção de detectar e perceber a semelhança dos itens e a divergência entre eles. Além dessa, há a verificabilidade que serve para confirmar que a representação da informação é verdadeira. Sendo que ela só será útil se for tempestiva, ou seja, ser divulgada em tempo que possa afetar a decisão. E por fim, outra característica que influencia na melhoria da informação contábil é ela ser compreensível para aqueles que vão se basear naquele dado para tomada de decisão; pois, caso não possua essas especificidades, o usuário terá uma baixa confiança no relatório apresentado.

Com isso, percebe-se que o que é exigido aos contadores em uma informação contábil é o mesmo para qualquer área que precise divulgar alguma informação.

2.2 A QUALIDADE DA FONTE

Após a compreensão do efeito que a informação causa, deve-se atentar a quem propaga, isto é, a fonte. Toda informação possui uma fonte, como é expresso por Sales & Almeida (2007, p.68):

“O conhecimento não existe se não houver uma fonte, uma origem de informação que fornece subsídios para sua construção. Tem-se que durante todo o processo histórico do desenvolvimento, do conhecimento, o homem dependeu das fontes de informação, que se transformaram e continuam se transformando até hoje”.

Essa modificação que o conhecimento faz acontecer advém de uma fonte e há cada vez mais locais onde encontrá-la, ainda mais depois do surgimento da internet na época da Guerra Fria, que teve como objetivo ser um meio de segurança de comunicação e um facilitador no envio da mensagem ou notícia. Segundo Sales e Almeida (2007, p. 68).

“O desenvolvimento exponencial ocorrido nas tecnologias de informação e comunicação potencializa o surgimento, cada vez mais rápido, de fontes de informação. Tal fato traz consigo a necessidade de esforços que visem à avaliação da qualidade dessas fontes”.

Deve-se perceber, portanto, que há locais não confiáveis, já que com a evolução exponencial da tecnologia foram aparecendo aperfeiçoamentos que vieram a ajudar os indivíduos na criação de sites, principalmente para aqueles com malícias, pois facilitou na divulgação de notícias falsas, conhecida como *fake news*. Cabe ressaltar que essas notícias não surgiram por agora. Como pode ser observado na divulgação realizada pela Kantar em seu relatório global de confiança nas notícias em 2017 e no estudo realizado por Araujo

(2016, p.1) que descreve que “*Fake news* são tão antigas quantos os próprios meios para comunicação de massa”.

Tomaél (2001, p.4) alega que:

“a importância de se avaliar a informação disponível na Internet é bastante significativa para quem a utiliza para a pesquisa e é de extrema relevância para enfatizar a inconstância da qualidade das informações encontradas”.

Da mesma maneira que Tomaél apresenta a importância de evidenciar a instabilidade da qualidade na internet por causa do fator de facilidade de propagação, sendo muitas vezes não verificada a veracidade dela, Araujo (2016, p.3) defende que:

“O debate atual sobre as *fake news*, portanto, deveria contribuir, não tanto para que as *fake news* deixem de existir, ou para que elas sejam banidas das redes sociais, mas para que as pessoas, novamente, possam se tornar mais críticas relativamente às “notícias” que leem e compartilham na internet”.

E essa crítica que os indivíduos devem possuir não está voltada apenas para o receptor final dela, mas também para quem realiza a descrição da matéria, ou seja, o jornalista.

Souza e Tessarolo (2017) mostram que o jornalista deve ter o cuidado na escolha da notícia principal e na veracidade dela, porque pode acontecer, em casos extremos, uma catástrofe. Como quase ocorreu com a informação falsa publicada no site "AWDNews" de que o Ministro da Defesa Israelense ameaçou de um ataque nuclear o Paquistão¹. E por isso, Souza e Tessarolo (2017, p. 7) afirmam que:

“Os portais que estão produzindo e compartilhando esse tipo de “informação” só crescem. Cabe ao jornalista procurar fazer um trabalho pautado na melhor apuração e realizar uma pesquisa mais investigativa”.

Diante disso, volta-se ao ponto principal, que é a credibilidade da informação na fonte.

2.3 FACEBOOK

Não há como falar sobre a divulgação de informação e o compartilhamento dela e não abordar sobre uma das mídias sociais que facilitou esse processo. O Facebook foi fundado por estudantes da Universidade de Harvard em 2004 para ser um meio de comunicação apenas para os colegas de estudo, mas em 2007 já tinha se tornado a mídia social mais popular do mundo.

Essa plataforma permite que os usuários “curtam” e compartilhem notícias na sua página pessoal, fazendo com que elas sejam exibidas para os seus contatos. Isto é, a

¹ Após ler falsa notícia, ministro do Paquistão ameaça Israel. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,apos-ler-falsa-noticia-ministro-do-paquistao-ameaca-israel,10000096507>> Acesso em: 28 Abr. 2018.

notícia passará a ter uma maior audiência, pelo fato dessas ações provocarem uma replicação na notícia.

Uma pesquisa publicada pela Kantar em 2017, na qual o foco são os países EUA, Reino Unido, França e Brasil, apresenta qual foi a atitude daqueles que já escutaram falar de “notícias falsas”, como mostra no quadro 1.

Quadro 1 – Ações tomadas por aqueles que ouviram falar de "notícias falsas"

15%	Compartilhou uma história on-line depois de ler o título e não o conteúdo
70%	Ter reconsiderado compartilhar um artigo on-line depois de ouvir sobre notícias falsas
76%	Verifica em outro lugar para comprovação da história

Fonte: Kantar *Trust in News* – Tradução da autora (2017, p. 34)

Percebe-se que com o aumento recente de notícias falsas, principalmente no período em que a política é o foco principal, as pessoas passaram a reconsiderar o compartilhamento de uma informação, sendo que existe uma “rede” de pessoas que compartilham sem ler o conteúdo, assim como na pesquisa de Silva (2017), Leite e Matos (2017) que também apontam que as pessoas compartilham algumas informações sem nem ao menos lerem.

Um exemplo foram as informações divulgadas no início de 2017 que apontaram que o Facebook optou por uma política, para conter as notícias falsas, cujo efeito não foi o esperado. Como, por exemplo, a eleição de 2016 nos Estados Unidos, na qual repercutiu extremamente a informação de que, segundo CIA e FBI, a Rússia teria agido nas eleições dos EUA para promover a vitória de Donald Trump.

Um ponto interessante na pesquisa realizada pela Kantar é que 76% dos entrevistados não acreditando apenas na primeira fonte que leem, vão atrás de outro local para comprovar a veracidade. E isso é o que os pesquisadores estão cada vez mais a considerar como “cura” para essa proliferação de notícias falsas.

2.4 COMPETIÇÃO ENTRE JORNAL IMPRESSO E REDE SOCIAL

A mídia social possui uma rapidez na divulgação das notícias, como já foi abordado. Entretanto, isso não ocorre com os jornais impressos, pois a notícia passa por várias etapas até a chegada dela na banca, onde será vendida.

Em março de 2017, foi realizada uma campanha pelo jornal impresso Correio da Paraíba que tinha como expressão “*Não é só impressão. É credibilidade!*” que afirmava que a internet não possui o selo de confiança, porque não tem como comprovar que houve uma pesquisa mais investigativa, além do que a propagação da notícia poderia ser de uma fonte não confiável ou até mesmo desconhecida. (SILVA, 2017). Essa alegação para Silva (2017, p. 13) significa que:

“A luta pela sobrevivência na era da informação demonstra como os jornais estão aproveitando esse momento para reforçar suas qualidades de critério e credibilidade, apoiando-se muitas vezes na publicidade e na popularização de funcionais ferramentas de checagem”.

Na pesquisa realizada pela Kantar, na página 28 do documento, encontra-se a figura 4.3b que mostra que o Brasil foi o país que pagou mais por notícias on-line no ano de 2016, totalizando 42%, em detrimento dos 36% daqueles que compraram jornal impresso na semana anterior. Já os países Reino Unido, França, EUA tiveram, respectivamente, 20%, 25% e 29% para o pagamento por notícias on-line. E a compra por jornal na semana passada foi, respectivamente, 44%, 37% e 45%.

O estudo realizado pela Pesquisa Brasileira de Mídia em 2016 apresentado no quadro 2 tinha o objetivo de elencar em qual meio de comunicação os entrevistados buscam informar-se.

Quadro 2 – Qual meio de comunicação busca se informar sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar?

Base: Amostra (15050)	1ª Menção	1ª e 2ª Menções
TV	63%	89%
Internet	26%	49%
Rádio	7%	30%
Jornal	3%	12%
Revista	0%	1%
Meio Externo (Placas Publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto)	0%	0%
Outro (Esp.)	0%	2%
NS/NR	0%	0%

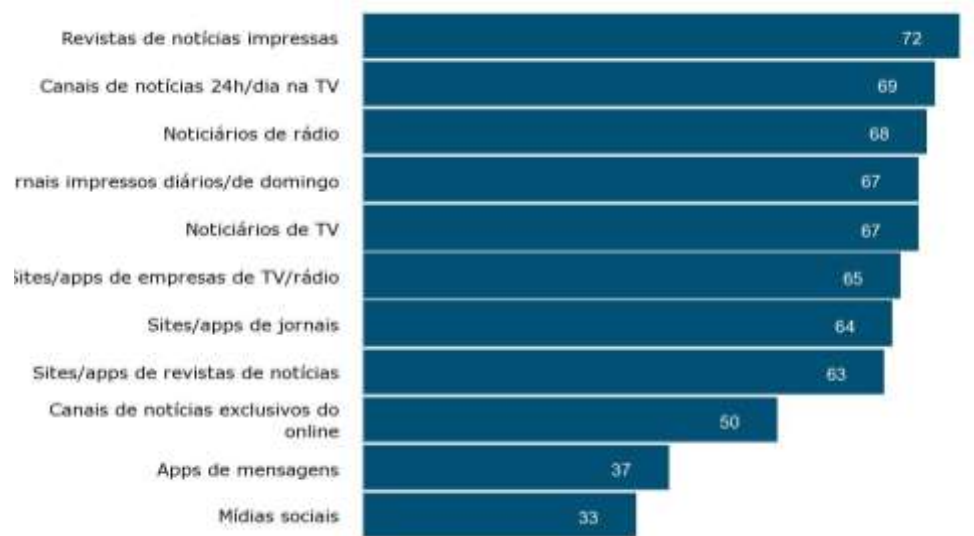
Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016, p. 14

Para os respondentes (amostra: 4665 pessoas) que procuram informar-se sobre o que acontece no Brasil através de jornal, 66% possuem o costume de ler na versão impressa. O que confirma os dados encontrados pela Kantar.

Cabe destacar que os jornais também estão na versão digital, e a resposta dos jornais e portais de credibilidade contra a propagação de inverdades ganham força em todo o mundo ao transformarem suas publicidades em antídoto (SILVA, 2017).

Figura 1 - Confiança nas fontes de notícia utilizadas (%) ²

² Trust in News: 'Fake news' reforçam confiança na imprensa. Disponível em: <<https://br.kantar.com/tecnologia/comportamento/2017/trust-in-news-confianca-nas-noticias-estudo-kantar/>>. Acesso em 24 Jan. 2018.



Fonte: Kantar *Trust in News* (2017)

A figura 1 retrata um dos resultados encontrados pela pesquisa feita pela Kantar, o que comprova, mais uma vez, que as notícias impressas passam uma maior credibilidade na informação. Além disso, os sites de jornais ainda estão à frente das mídias sociais, pelo fato de que nessas há a possibilidade de uma divulgação maior de notícias falsas.

3. METODOLOGIA

A pesquisa realizada teve carácter qualitativo. Ocorreu em quatro etapas, sendo elas: a procura de um trecho de uma notícia para utilizá-lo na coleta dos dados; a elaboração dos questionários diferentes; aplicação desses; e análise dos dados obtidos.

3.1 COLETA DE DADOS

O trecho escolhido para ser utilizado nos questionários foi retirado da página do site do Valor Econômico, com certas modificações. Para melhor compreensão, segue o parágrafo usado na pesquisa:

“Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado dois estudos assinados por professores da Fipecafi. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores”.

O nome da empresa foi omitido, para evitar que esta informação influenciasse nos resultados. A empresa original era a JBS. Os questionários possuíam um campo para colocar os dados do curso daqueles que os responderiam, o semestre e o gênero (feminino ou masculino) dos entrevistados. Essas informações tinham por finalidade verificar se as características dos respondentes afetariam as respostas obtidas.

Foram aplicados cinco tipos de questionários, onde a única diferença era a fonte da notícia: no primeiro, foi o jornal de negócios Valor Econômico; no segundo, foi omitido quem realizou o estudo, se foi em nome de um órgão, empresa, fundação ou apenas realizado por uma pessoa, sendo que a fonte foi Wikipédia; o terceiro, não houve especificação da fundação que realizou o estudo e teve como a fonte o Facebook; no quarto, foi feita a troca do nome de quem realmente fez o estudo, a Fipecafi, por uma entidade que não seria do mesmo ramo, sendo ela a Fundação Municipal do Meio Ambiente de Içara (FUNDAI), que tem como objetivo a proteção e a preservação dos recursos naturais do município Içara; e por fim, o quinto questionário informa que apenas alguns estudos foram divulgados, para abrir margem para um tipo de notícia como a *Fake News* e, para esse, a fonte foi Sputnik Brasil, por ser um meio de informação não popular (Apêndice A). Cada respondente deveria indicar, através da escala Likert, números de 1 a 7, em que 1 era ruim e 7 excelente para a veracidade da informação fornecida.

Após a montagem dos questionários, o mesmo foi aplicado em dezembro de 2017, no final do segundo semestre letivo, na Universidade de Brasília – UnB, no Campus Darcy Ribeiro. A aplicação ocorreu em turmas do curso de Ciências Contábeis. Foi

encontrada uma dificuldade, pois muitas turmas noturnas já tinham finalizado o período letivo ou estavam na aplicação das provas. Por isso, o número da amostra ficou em 150 alunos. Acredita-se que este fato não tenha prejudicado os resultados apurados.

Depois da aplicação, as respostas dos questionários foram tabuladas em uma planilha no Excel e posteriormente transferidas para o software Gretl.

Com os dados, foram geradas as estatísticas descritivas de cada variável. Foi calculado o teste de variância bicaudal, sendo usado um valor de 5% na decisão. Posteriormente, foi calculado o teste de média. Este teste procurou determinar se a média das respostas de um grupo de questionário era diferente (maior ou menor) que de outro grupo. Para realização desse teste é necessário o valor da média de cada grupo, o número de respondentes e a sua dispersão. Diante disso, é necessária a realização prévia do teste de duas dispersões, também conhecido como Teste de Levene, para determinar se as variâncias de dois grupos podem ser assumidas como iguais.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

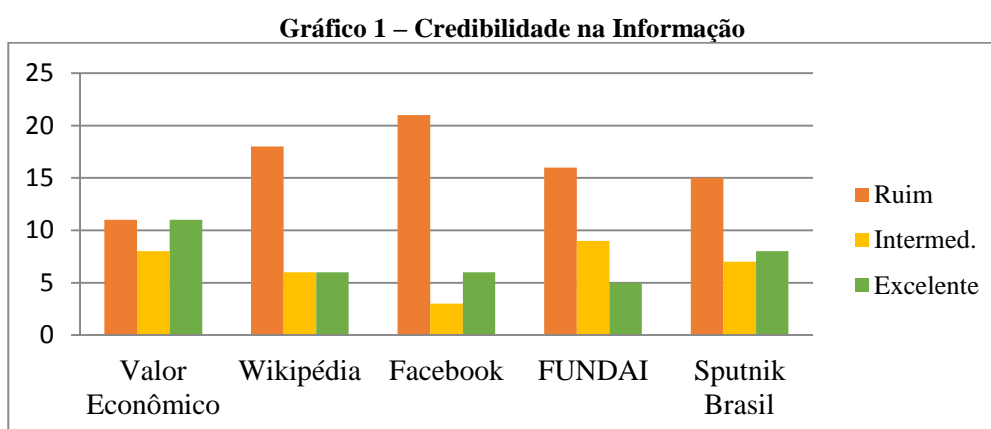
Para obter os resultados desta pesquisa, o total da população foi 150 pessoas.

Na pesquisa houve uma predominância pelo sexo masculino (83 respondentes ou 55,3% do total). Foi constatada uma resposta sem a identificação do gênero, tendo sido descartado este questionário. A pesquisa contou com 99% de estudantes em Ciências Contábeis e 1% em Administração. Em razão disto, este item não foi utilizado na análise dos resultados.

Com respeito ao semestre do curso, percebe-se um valor mínimo de 4 e um valor máximo de 11, indicando uma dispersão elevada. Em média, o respondente estava entre o sétimo e o oitavo semestre (média igual a 7,4133), indicando serem alunos do meio para o final do curso. A média da idade, de 23,88 anos, é condizente com o resultado do semestre.

Cada tipo de questionário contou com 30 respostas, as quais o entrevistado possuía um tempo médio de 3 minutos para responder.

O gráfico, a seguir, mostra o resultado obtido nos cinco questionários realizados, objetivando fazer uma comparação na frequência entre as fontes e verificar qual transmite mais confiança. As respostas foram agrupadas para fins deste gráfico, sendo consideradas ruins as respostas de 1 a 3 e excelente, de 5 a 7. A resposta 4 foi considerada como sendo intermediária. Os resultados estão apresentados segundo o tipo de questionário, ou seja, o tipo de fonte da notícia.



Fonte: Elaborado pela autora

Os resultados demonstram que quatro das cinco fontes utilizadas apresentaram uma baixa confiança na informação fornecida. A exceção foi o jornal Valor Econômico, onde predomina a credibilidade excelente e intermediária.

A tabela 1 apresenta os dados das principais estatísticas descritivas.

Tabela 1 – Dados Estatísticos

Valor Econômico	Wikipédia	Facebook	FUNDAI	Sputnik Brasil
-----------------	-----------	----------	--------	----------------

Média	4,0000	3,2333	2,9667	3,3667	3,6333
Mediana	4,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,5000
Desvio Padrão (N)	1,0828	1,5687	1,5421	1,1290	1,4499
Variância	1,1725	2,4608	2,3781	1,2746	2,1022

Fonte: Elaborado pela autora

Percebe-se, através da análise da tabela 1, que os respondentes do questionário que tinha como a fonte o Valor Econômico, sentem mais credibilidade quando alguma informação é transmitida por ela. Chama a atenção o Facebook, já que teve a pior média dos resultados. A agilidade da divulgação e o fato de ser uma mídia social, onde qualquer pessoa pode colocar um texto, fazem com que o mesmo tenha, segundo os respondentes, pouca confiabilidade.

Outro ponto interessante na tabela 1 foi o questionário Sputnik Brasil. Por ser um site de informações com um nome internacional e por ter pouca popularidade nas mídias, esperava-se que tivesse uma credibilidade menor. Porém, o resultado foi surpreendente, pois, para os respondentes, mesmo com uma baixa confiança, ainda sim, foi a fonte que ficou em segundo lugar no quesito credibilidade, para quem respondeu.

E por fim, a Wikipédia teve uma média mais baixa que a da FUNDAI, apesar da mesma não ser uma fundação especializada em realizar o tipo de estudo que foi informado no trecho do questionário. Embora seja aberta ao público sua edição, onde milhares de editores voluntários colocam suas visões e histórias vivenciadas, pesquisas realizadas pela *Nature International Journal of Science* e pela *Harvard University* mostram que a Wikipédia possui uma credibilidade próxima ou melhor que uma enciclopédia tradicional. Entretanto, o ponto negativo da Wikipédia reside no fato de qualquer pessoa poder fazer alterações nos textos; e mesmo possuindo um sistema de acompanhamento das edições, ainda sim, há distorções.

Na página da *Harvard University* há um tópico de guias de uso de fontes no qual eles afirmam que, se estiver procurando por informação rápida, como conceitos científicos, o Wikipédia pode ser uma ferramenta para ajudar. Além disso, o estudo realizado pela *Nature International Journal of Science* compara o Wikipédia com a *Encyclopedia Britannica*, umas das mais admiradas do mundo. E a pesquisa mostrou que "apenas oito erros sérios, como interpretações equivocadas de conceitos importantes, foram detectados nos pares de artigos analisados, quatro de cada enciclopédia", informou a *Nature*. Em contrapartida, também foram encontrados muitos "erros relativos aos fatos, omissões ou declarações equivocadas: 162 na Wikipédia e 123 na Britânica."

Para determinar se as respostas são realmente diferentes, foi calculado o teste de igualdade de duas médias. Antes da efetuação desse teste, é importante saber se as variâncias

são iguais, sendo necessário realizar o teste de Levene ou de igualdade de variância. Os resultados dos cinco testes realizados são apresentados na tabela 2:

Tabela 2 – Teste de Variância - p-valor

Teste Variância p-valor bicaudal	Valor Econômico	Wikipédia	Facebook	FUNDAI	Sputnik Brasil
Valor Econ.		0,05032	0,06165	0,8236	0,1217
Wikipédia			0,9273	0,08172	0,6743
Facebook				0,09858	0,7421
FUNDAI					0,1839

Fonte: Elaborado pela autora

O teste de variância realizado teve os resultados apresentados na tabela 2, em que foi adotado o nível de significância de 5%. Percebe-se que o p-valor é maior que 5% em todos os casos, sendo possível assumir que as variâncias das amostras são iguais.

Tabela 3 – Teste de Média – Primeiro Questionário

Teste de Média p-valor bicaudal	Valor Econômico	Wikipédia	Facebook	FUNDAI	Sputnik Brasil
Valor Econ.		0,03157	0,003934	0,03053	0,2716
Wikipédia			0,5094	0,7068	0,3093
Facebook				0,2564	0,08986
FUNDAI					0,4301

Fonte: Elaborado pela autora

Na tabela 3, verifica-se que a fonte que obteve um melhor desempenho de credibilidade foi o Valor Econômico, pois sua comparação com cada fonte do questionário foi, em quase todas, abaixo do nível de significância, demonstrando assim que possui uma melhor veracidade para a população entrevistada. Portanto, tudo leva a crer que o Valor Econômico transmite mais confiabilidade sobre as notícias para os indivíduos.

5. NOVA PESQUISA

Para este trabalho não ficar tendencioso, tendo em vista que os melhores resultados estão voltados apenas para o Valor Econômico, uma nova pesquisa foi feita para obter-se outra comparação com relação à fonte, que se mostrou possuir maior relevância nos resultados.

O questionário continuou com o mesmo padrão do primeiro, no que se refere aos dados do participante da pesquisa. O trecho utilizado foi retirado da fonte *The New York Times*. Observe o parágrafo usado na pesquisa:

“O grupo chinês HNA Tech está pedindo empréstimo aos próprios funcionários para quitar uma dívida de 90 bilhões de dólares (292,7 bilhões de reais). As informações foram publicadas no *The New York Times*, que teve acesso aos e-mails entre empresa e funcionários. A primeira mensagem anunciava um produto classificado como “tesouro para os funcionários”, com retorno de 8,5% ao mês aos trabalhadores que investissem 1.500 dólares (cerca de 4.879 reais), de acordo com o jornal norte-americano. Em outro e-mail, a empresa citava um retorno de 9% mensal. Uma terceira mensagem garantia um retorno de 40% ao mês para quem investisse 15.000 dólares (48.790 reais).”.

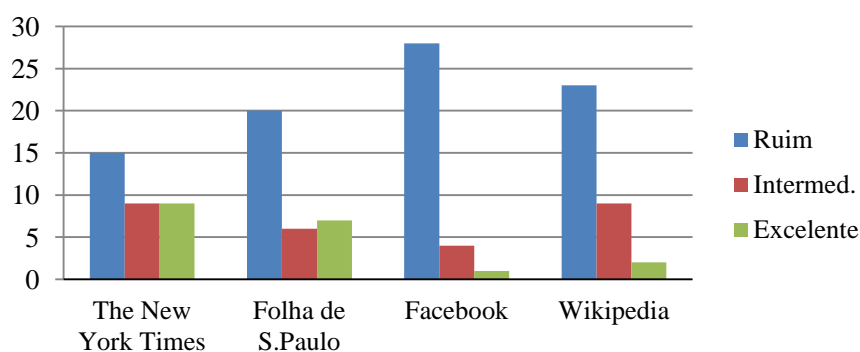
Foi utilizado o mesmo trecho para cada questionário modificando apenas a fonte. Sendo elas: a Folha de S. Paulo, *The New York Times*, Facebook e Wikipédia (Apêndice B).

A pesquisa foi realizada no início das aulas do primeiro semestre de 2018, em março, na Universidade de Brasília – UnB no Campus Darcy Ribeiro. Contou novamente com a participação dos alunos de graduação do noturno de Ciências Contábeis, na qual teve um total de 133 questionários respondidos, com o mesmo tempo médio do primeiro questionário aplicado, 3 minutos. Sendo aproximadamente 43% do gênero feminino e 57% do masculino.

Vale ressaltar que a aplicação deste novo questionário foi interessante, visto que muitos alunos já tinham respondido o primeiro, que foi realizado em dezembro de 2017; e, nesse, perceberam que a única diferença estava na fonte. Após a percepção do local da notícia, ficou evidente que esse fator os influenciou na resposta.

Foi realizado o mesmo processo do primeiro questionário para apuração dos resultados. Sendo eles:

Gráfico 2 – Credibilidade na fonte



Fonte: Elaborado pela autora
Tabela 4 – Dados Estatísticos – Segundo Questionário

	<i>The New York Times</i>	Folha de S.Paulo	Facebook	Wikipédia
Média	3,545	3,030	2,273	2,588
Desvio Padrão (N)	1,622	1,723	1,353	1,480

Fonte: Elaborado pela autora

Com a demonstração dos resultados obtidos no gráfico 2 e na tabela 4, percebe-se que a fonte com uma maior confiabilidade para os respondentes foi o *The New York Times*. Mesmo que o grau de excelência não tenha sido maior que o negativo, em comparação com as outras fontes, foi o que obteve índice menor na categoria ruim.

Convém ressaltar que, de acordo com o segundo questionário, o Facebook continua sendo a fonte com menor credibilidade, o que confirma os apontamentos mencionados na primeira fase deste trabalho. Em seguida, vem a Wikipédia como a segunda fonte com menor confiabilidade.

Tabela 5 – Teste de Média – Segundo Questionário

Teste de Média p-valor bicaudal	<i>The New York Times</i>	Folha de S.Paulo	Facebook	Wikipédia
<i>The New York Times</i>		0,2156	0,0009	0,01402
Folha de S.Paulo			0,05122	0,2635
Facebook				0,3661

Fonte: Elaborado pela autora

Realizado o mesmo teste para analisar os resultados, comprova-se que o *The New York Times* é a fonte com mais credibilidade nesse questionário, porque em quase todas as comparações da fonte, na qual o nível de significância foi 5%, ele esteve abaixo da porcentagem estabelecida. E a colocação do jornal impresso Folha de S. Paulo, em segundo lugar, confirma as pesquisas citadas anteriormente, demonstrando que a imprensa de jornal impresso possui uma confiabilidade maior sobre as fontes de rede e mídia social, também para os entrevistados deste trabalho.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a necessidade de observar os pontos que os usuários da informação percebem como relevantes, sendo em primeiro lugar, a verificação apenas da fonte; e, em segundo, se a notícia divulgada é completa, isto é, se possui quem passou aquela informação, o local, e outros fatores que confirmam a veracidade dela, foi realizada a análise teórica e a dos resultados obtidos com a pesquisa.

Concluiu-se que os usuários estão mais questionadores, pelo fato dos dados terem uma concentração maior no ponto da não confiabilidade. E comprovou-se que a fonte é o maior responsável pela credibilidade, sendo que entre as utilizadas para esta pesquisa, o *The New York Times*, o Valor Econômico e a Folha de S. Paulo obtiveram maior confiança dos entrevistados, por já desfrutarem de credibilidade no mercado de comunicação.

Vale ressaltar que as plataformas com facilidade de modificação ou propagação de notícias, como o Facebook e a Wikipédia, utilizados neste trabalho, tendem a não dar muita confiabilidade para os respondentes. Isso pode ser observado pela baixa credibilidade obtida nos dados desta pesquisa, e que comprova os estudos dos autores supracitados, os quais abordam o fator “cura” em qualquer local de informação, principalmente para aqueles que têm sua confiabilidade reduzida.

Esse fato pode ser confirmado pelos os entrevistados que optam pela não confiança em plataformas como essas, sendo provável que consultem outras fontes para comprovação da mesma. Pela faixa etária jovem dos respondentes e por estarem do meio para o final do curso de ciências contábeis, os resultados mostraram que esses estão mais críticos às informações que são divulgadas nos meios de comunicação.

As limitações desta pesquisa estão no questionário, que caso tivesse mais algum questionamento, como por exemplo: o porquê da escolha do número na escala likert; e, caso tivessem a possibilidade de pesquisar em outro local, se o fariam. Esses novos questionamentos poderiam ser mais um meio para ratificar o que os usuários da informação observam, além de verificar se o que está sendo transmitido é de fácil entendimento.

A partir dessas limitações, fica a indicação para possíveis pesquisas nesse meio de comunicação, na qual seria interessante a realização de uma análise entre a percepção dos profissionais de informação e a dos alunos, objetivando investigar os pontos que são de suma importância em uma notícia.

Esta pesquisa pode ser realizada tanto por indivíduos da área de contabilidade, como também da de jornalismo, de ciência da comunicação e de todas as outras que devem transmitir uma informação com credibilidade.

REFERÊNCIAS

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. CPC 00 (R1): estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro. 2011. Disponível em: <http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. *Princípios fundamentais de contabilidade e normas brasileiras de contabilidade*. 3ª. ed. Brasília: CFC, 2008. Disponível em: <http://portalcfc.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/Livro_Principios-e-NBCs.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2018.

COUTINHO, Clara Pereira; LISBÔA, Eliana Santana. Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem: desafios para educação no século XXI. **Revista de Educação**, v. 18, n. 1, p. 5-22, 2011.

SILVA, Nayane Maria Rodrigues. Fake News: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital. **Temática**, v. 13, n. 8, 2017.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Sobre confiabilidade e validade. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 8, n. 20, 2006.

ARAUJO, Marcelo. Manipulação e Fake News: Debate no Goethe-Institut. 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Marcelo_Araujo20/publication/318640911_Manipulacao_e_Fake_News_Debate_no_Goethe-Institut/links/59735d48a6fdcc834882a0f5/Manipulacao-e-Fake-News-Debate-no-Goethe-Institut.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2018

SALES, Rodrigo; ALMEIDA, Patrícia Pinheiro. Avaliação de fontes de informação na internet: avaliando o site do NUPILL/UFSC. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 4, n. 3, p. 67-87, 2007.

KANTAR, *Trust in News*. 2017. Disponível em: <<https://uk.kantar.com/business/brands/2017/trust-in-news/>>. Acesso em 21 abr. 2018

LEITE, Leonardo Ripoll Tavares; MATOS, José Claudio. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação-FEBAB**. 2017.

MARINHO, Sandra. O valor da confiança nas relações entre jornalistas e fontes de informação. **Comunicação e Sociedade**, v. 2, p. 351-356, 2013.

MARTINS, Eliseu et al. Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as Sociedades de acordo com as Normas Internacionais e do CPC. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013

MONTALLI, Katia Maria Lemos; CAMPELLO, Bernardete dos Santos. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, v. 26, n. 3, 1997.

OGLOBO. Ministro paquistanês acredita em notícia falsa e faz ameaça nuclear a Israel. 26 de dez. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/mundo/ministro-paquistanes-acredita-em-noticia-falsa-faz-ameaca-nuclear-israel-20695048>>. Acesso em 28 abr. 2018

PAIM, Isis; NEHMY, Rosa Maria Quadros. Questões sobre a avaliação da informação: uma abordagem inspirada em Giddens. **Ciência da Informação**, v. 3, n. 2, p. 81-95, 1998.

PESQUISA BRASILEIRA DE MIDIA – 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 29 Abr. 2018.

SOUZA, Kennedy A. Cupertino; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Fake news: Ética e credibilidade jornalística em risco**. 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2419-1.pdf>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

TOMAÉL, M. I. S. et al. Avaliação de fontes de informação na internet: critérios de qualidade. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 11, n. 2, p. 13-35, 2001. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/1061>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

Internet

Após ler falsa notícia, ministro do Paquistão ameaça Israel. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,apos-ler-falsa-noticia-ministro-do-paquistao-ameaca-israel,10000096507>> Acesso em: 28 Abr. 2018.

Citação de uma notícia do FACEBOOK. Disponível em <<http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/127/divulgacao-de-noticias-falsas-nas-redes-sociais-pode-ter-consequencias-graves>>. Acesso em: 21 fev. 2018.

Citação da pesquisa Nature sobre o Wikipedia. Disponível em <<https://www.nature.com/articles/438900a>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

Citação sobre o Wikipedia no site da University of Harvard. Disponível em <<https://usingsources.fas.harvard.edu/whats-wrong-wikipedia>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

Retirada do trecho do primeiro questionário. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/agro/5145474/jbs-divulga-estudos-para-se-defender-em-processo-de-insider>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

Retirada do trecho do segundo questionário. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/02/01/business/dealbook/hna-china-employees.html>>. Acesso em: 26 fev. 2018.

Trust in News: 'Fake news' reforçam confiança na imprensa. Disponível em: <<https://br.kantar.com/tecnologia/comportamento/2017/trust-in-news-confianca-nas-noticias-estudo-kantar/>>. Acesso em 24 Jan. 2018.

APÊNDICE A - PRIMEIRO QUESTIONÁRIO



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

- Masculino
 Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado dois estudos assinados por professores da Fipecafi. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores.

Fonte: Valor Econômico

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

() Masculino

() Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado dois estudos. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores.

Fonte: Wikipédia

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

() Masculino

() Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado dois estudos assinados por professores de uma Fundação. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores.

Fonte: Facebook

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

Masculino

Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado estudos assinados pela Fundai. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores.

Fonte: Fundai – Fundação Municipal do Meio Ambiente de Içara

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

() Masculino

() Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

Para sustentar a tese de que não houve irregularidade nas operações de compra de contratos de derivativos de dólar pela companhia XX e na recompra de ações nos meses de abril e maio, antes da divulgação da delação premiada dos controladores da companhia foi divulgado alguns estudos. Os especialistas dizem que não há evidências de anormalidade na comparação proposta, dado que, no passado a XX operava rotineiramente com contratos semelhantes e em volumes muito maiores.

Fonte: Sputnik Brasil

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7

APÊNDICE B - SEGUNDO QUESTIONÁRIO

Cabe ressaltar que neste questionário o texto da pesquisa foi igual, sendo alteradas apenas as fontes. Em que a primeira foi *The New York Times*, como segue abaixo, e na sequencia foi a Folha de S. Paulo, Facebook e Wikipédia.



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais – CCA

Meu nome é Bárbara Maria F. de Farias, tenho 22 anos e estou no 9º semestre do curso de Ciências Contábeis da UnB. Peço que me ajude, preenchendo o questionário abaixo, que servirá de base para meu Trabalho de Conclusão de Curso. Grata.

Curso: _____ Semestre: _____ Idade: _____

Gênero:

() Masculino

() Feminino

Leia atentamente o trecho abaixo:

O grupo chinês HNA Tech está pedindo empréstimo aos **próprios funcionários para quitar uma dívida de 90 bilhões de dólares** (292,7 bilhões de reais). As informações foram publicadas no *The New York Times*, que teve acesso aos e-mails entre empresa e funcionários.

A primeira mensagem anunciava um produto classificado como “tesouro para os funcionários”, com retorno de 8,5% ao mês aos trabalhadores que investissem 1.500 dólares (cerca de 4.879 reais), de acordo com o jornal norte-americano.

Em outro e-mail, a empresa citava um retorno de 9% mensal. Uma terceira mensagem garantia um retorno de 40% ao mês para quem investisse 15.000 dólares (48.790 reais).

Fonte: *The New York Times*

Após a leitura:

- Qual a veracidade da informação?

Considerando que 1 seja ruim e 7 excelente

1	2	3	4	5	6	7