

Comunicação empresarial e a pós-verdade: Perigos da desinformação

 **Fábio Cunha**

fabio.cunha@sapo.pt

<https://orcid.org/0009-0002-0000-1479>

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

A era das *fake news* e da desinformação, está em destaque, porque atualmente a sociedade encontra-se numa situação que tem uma margem de progressão elevada, tanto positiva como negativamente e poderá vir a ser um dos maiores desafios que a sociedade contemporânea irá enfrentar. A denominada era da “pós-verdade” corresponde à elevação das emoções e crenças pessoais acima da verdade factual e objetiva. A comunidade empresarial terá de criar uma dinâmica eficaz, a fim de lidar com a pós-verdade e, acima de tudo, manter-se credível e fidedigna, numa sociedade que cada vez mais parece deixar-se influenciar e corromper pelos efeitos negativos que esta nova era no digital traz consigo e para isso será vital promover estratégias e ações, com o fito de combater a desinformação.

Palavras-chave: Pós-verdade, Desinformação, Comunidade empresarial, Fake news, Sociedade, Verdade

Abstract

The era of fake news and disinformation is on the rise, because society is currently in a situation that has a high margin of progression, both positively and negatively, and could become one of the biggest challenges facing contemporary society. The so-called post-truth era corresponds to the elevation of emotions and personal beliefs above factual and objective truth. The business community will have to create an effective dynamic in order to deal with post-truth and, above all, remain credible and trustworthy in a society that increasingly seems to be letting itself be influenced and corrupted by the negative effects that this new digital age brings with it, and to this end it will be vital to promote strategies and actions to combat disinformation.

Keywords: Post-truth, Disinformation, Business community, Fake news, Society, Truth

Introdução

A sociedade atual é consumida pela expressão “pós-verdade”, que diz respeito a uma realidade que influencia o quotidiano de toda a comunidade, tanto empresarial como pessoal; por conseguinte, já não é possível desassociar redes sociais, internet e todo o volume de informação que estas propagam, porque a maior fonte de consumo de conteúdos, notícias e informação é obtida, justamente, no local onde existe a maior quantidade de desinformação.

Segundo Magalhães (2018), a revolução tecnológica permitiu a democratização dos meios de comunicação e foi um dos grandes impulsionadores para que esta era em que nos encontramos seja apelidada de era da pós-verdade, que tem vindo a influenciar as massas e a moldar a forma como as pessoas pensam e digerem informação. As redes sociais e o alcance a públicos com pouca ou nenhuma literacia a vários níveis, torna-os muito permeáveis a notícias que estes não vão verificar, que exploram o baixo conhecimento científico e cultural, que são de rápido consumo e forte apelo emocional, logo torna essas pessoas um alvo fácil deste tipo de comunicação.

O eclodir da “pós-verdade”, assenta no facto de que as emoções e crenças pessoais parecem sobrepor-se à verdade e mesmo quando se apresenta a versão fiel e explicativa dos factos, isso não será tido em conta por quem já definiu aquilo como verdade ou mentira, de acordo com perceções. A pesquisa por informação nos meios de comunicação tradicionais, a fim de se tentar apurar a verdade, tem vindo a diminuir, muito por culpa dos algoritmos da internet e das redes sociais que entregam às pessoas aquilo que elas querem ver ou aquilo em que acreditam, levando a que se fechem em “bolhas” e na sua própria opinião.

A necessidade de as empresas e, conseqüentemente, da comunicação empresarial, terá de passar por restabelecer e firmar valores como transparência e proximidade para se manterem vivas e acima de toda e qualquer ameaça de que possam vir a ser alvo. Por conseguinte, o importante será criar planos de gestão de crise e estratégias para lidar com os desafios impostos pela era da “pós-verdade”, que não são nem serão nada fáceis de resolver, pelo que a atividade comunicacional terá de ser preparada para eventuais ameaças externas, mas nunca poderá sucumbir às notícias falsas, manipulações de imagens e, sobretudo, à polarização que a nossa sociedade enfrenta.

A educação e consciencialização de toda a sociedade para esta nova realidade, que está completamente instalada no quotidiano de todos, será a melhor forma de combater a desinformação.

O que é a era “Pós-Verdade”

A expressão “pós verdade” está em destaque nos dias de hoje, em que é possível afirmar que a sociedade está atualmente a vivenciar a era, onde as notícias falsas ou deturpadas, apelando ao emocional, imperam exatamente por esse facto. Esta situação traz ao de cima e sobrevaloriza a emoção sobre a razão, quando ambas as perspetivas deveriam existir em simultâneo, dando espaço ao ser humano para encontrar o equilíbrio entre o seu funcionamento.

Segundo Santella (2019) a Internet tornou-se onnipresente nas profissões e vida privada das pessoas. É através dela que o cidadão pesquisa/recebe informação, trabalha e produz, devido à acessibilidade e facilidade de obtenção de dados. Os algoritmos construídos nos bastidores informáticos, constituem verdadeiros alicerces do uso das TIC, contribuem fortemente para cada um receber conteúdos baseados nos registos efetuados anteriormente. Ora, isto condiciona a origem e teor dos conteúdos, impedindo o fornecimento de uma maior diversidade de dados, até por economia de custos das entidades

que os produzem ou veiculam. Estes fatores originam uma orientação de pensamento e de construção de crenças que desagua nas "inverdades".

No fundo a era da "pós-verdade", traduz-se numa época em que se regista o constante processamento da verdade, é uma fase da vida da humanidade onde se "trabalham" os acontecimentos ocorridos, a bel-prazer de organizações/pessoas com fins pouco recomendáveis e inaceitáveis à luz dos valores humanistas, levando à manipulação das massas sociais, pouco ou nada letradas.

A influência da psicologia na era da Pós-Verdade

A psicologia acaba por ser umas das chaves para o desenvolvimento e conseguinte influência da "pós-verdade", porque é no nosso cérebro que moram as nossas emoções, a nossa razão e é aqui que é gerida e interpretada toda a informação que recebemos.

De acordo com Queiroz (2023), a psicologia tem dedicado especial atenção à temática da desinformação, que tem contribuído para a polarização da sociedade e as ilações que têm sido retiradas desta análise passam sobretudo pela dificuldade de destrinçar a verdade, mas também o facto de as pessoas aceitarem melhor informações e notícias com as quais se identificam. Com isto têm sido desenvolvidos estudos que têm como objetivo a tentativa de encontrar soluções e caminhos alternativos, porque se os jovens e adolescentes não estiverem preparados para reconhecerem e atuarem quando recebem falsas ideias e notícias, será indesculpável a sociedade atual estar ciente e ficar imutável.

A "verdade" hoje confundida muitas vezes com opiniões pessoais sem fundamento racional semeiam a incerteza, porque se a verdade fosse sinónimo de razão esta não seria questionada nem posta em causa, o que não é condicente com aquilo que acontece nos dias de hoje e isso alavanca diversos perigos e um mundo futuro, onde hipoteticamente será extremamente trabalhoso distinguir desinformação de veracidade e tudo isto deve-se também em grande parte ao funcionamento neurológico humano que em nada melhora ou atrasa a evolução da pós-verdade.

Diferentes formas da era "Pós-Verdade"

O atual panorama da comunicação é muito complexo e juntando o grande volume de informação que circula por todas as plataformas digitais, irão ser abordados formas e métodos pelos quais as inverdades são fornecidas à população:

- **Notícias falsas**

Segundo (Ribeiro & Ortellado, 2018), as notícias falsas assentam, principalmente, em conteúdo comprovadamente falso e técnicas de desinformação e engano, como as informações tiradas de contexto, entre outras. Atualmente existe uma grande quantidade de informação enganosa e falsa, que por muitas vezes leva as pessoas a serem manipuladas, dependendo da informação que é rececionada.

- **Manipulação de imagens e vídeos**

De acordo com (Affonso, 2021), a tecnologia sofre avanços a cada dia que passa e isso pode ser constatado através da possibilidade que existe para manipular imagens ou vídeos. Este tipo de adulteração pode manchar a reputação de personalidades públicas ou até mesmo criar riscos para a preservação dos direitos de imagem que estão devidamente legislados no sentido de proteger as pessoas.

- **Descrença nas fontes tradicionais de informação**

O fator da desconfiança nas fontes tradicionais de informação, leva a que a procura por esclarecimentos, seja feita por outras alternativas que muitas vezes a única coisa que têm para entregar são deturpações da verdade e informações falsas. O mundo digital incorpora fatores positivos e negativos para a sociedade, porém existem pessoas/organizações, que pretendem de forma intencional criar uma cultura de desinformação.

- **Polarização entre as pessoas**

A polarização e o apelo às emoções é algo que tem criado a intolerância entre a sociedade e isto tem provocado a falta de debate de ideias opostas ou diferentes, levando a que exista um crescente afastamento de franjas da sociedade.

Como estudos revelam, “Os comportamentos negativos em torno das notícias, como o evitar ativo de notícias e a perda de interesse, são mais prevaletentes não só entre os mais jovens, mas em particular entre os mais pobres e os menos instruídos, um aspeto que acreditamos ter particular impacto no potencial crescimento da polarização”, (Luís & Simas, 2024).

Perigos da era pós-verdade para a comunicação empresarial

Entrando na esfera empresarial, as fragilidades que a era da “pós-verdade” tem provocado atingem também as empresas, marcas e organizações que são compostas por pessoas e a sua elevada presença no digital, torna-as alvos e possíveis vítimas das severas consequências que as notícias falsas e a desinformação provocam aqueles que por elas são afetados. A criação de rumores ou mesmo a partilha de uma imagem falsa pode ser o início de uma grave crise reputacional, o que inerentemente vai levar a perdas financeiras.

A digitalização das empresas foi necessária para as mesmas, por uma questão de se renovarem e adaptarem a uma nova realidade. Os falsos conteúdos e notícias são uma plataforma elevatória, quando o objetivo é derrubar ou tentar manchar a imagem organizacional de determinada organização ou empresário e por vezes até pode tratar-se da própria concorrência a fazê-lo, para poder ganhar uma hipotética vantagem em prejudicar aqueles que são mais próximos no seio empresarial.

O problema poderá tornar-se mais complicado para quem é vítima destes golpes, porque atualmente as fronteiras na Internet, ou seja, aquilo que se pode ou não fazer, os direitos à liberdade de expressão, entre outros, acabam muitas vezes por complicar os processos e julgamentos jurídicos.

Segundo Cometti (2025), existem outras entraves que tornam tudo isto mais lento e complexo, como por exemplo a falta de legislação própria, a dificuldade em rastrear os autores das notícias falsas, sendo que a criptografia é usada para manter o anonimato. Será importante promover legislação no sentido de proteger todas as pessoas/organizações e julgar estes ataques de uma forma mais eficaz e incisiva.

- **Caso polémico com a McDonalds**

Este caso tornou-se extremamente mediático em 2014, sendo que não foi a primeira vez que esta acusação foi feita à famosa e internacional cadeia de fast-food McDonalds que supostamente estaria a usar carne humana e carne de cavalo nas suas fábricas de produção pelos Estados Unidos da América.

Segundo Machado (2022), a acusação feita desta vez por um utilizador no Facebook, onde este informa que as autoridades terão encontrado estes tipos de carnes na produção da carne. Chega mesmo a ser dito que as autoridades

competentes terão descoberto em 90% dos locais entre fábricas e restaurantes e ainda é adicionado o facto de ter sido apanhada carne de cavalo em 65% das investigações feitas.

Como seria de esperar a McDonalds, afirmou que se tratava de mais uma calúnia que estaria a tentar denegrir a boa imagem e qualidade oferecida pela cadeia de fast-food, tendo-se disponibilizado imediatamente a revelar todos os ingredientes usados para a produção dos hambúrgueres, mas também os métodos usados e os locais destinados a essa mesma produção.

Apesar de toda esta ação por parte da McDonalds, continuaram a existir discussões, troca de acusações, e boicote à cadeia de fast-food americana, o que prova que mesmo quando a verdade objetiva é exposta e sendo este um caso recorrente com a mesma empresa, existem pessoas até hoje que afirmam que a McDonalds não é ética e que comete crimes no que toca à confeção dos seus produtos.

Observa-se aqui que para uma parte das pessoas, aquilo que mais é importante são as suas emoções, que acabam por atropelar por completo os dados objetivos e verídicos, seja por não gostarem de comer carne ou por não serem adeptos da McDonalds e acabam por disseminar estas notícias falsas para tentarem prejudicar a empresa.

A cadeia de comida fast-food, apesar de todas as acusações que recebe tem se mantido como uma das organizações mais influentes do mundo, com 38000 restaurantes espalhados internacionalmente e sempre bem cotada pela sua qualidade e atendimento.

- **Casos com as vacinas da Covid-19**

O ano de 2020 foi marcante para o mundo, porque “a Organização Mundial da Saúde acaba de declarar o covid-19 uma pandemia. A decisão foi anunciada pelo chefe da agência, *Tedros Ghebreyesus*, em Genebra” (Johnson, 2020).

Com o passar do tempo começaram a surgir diversas farmacêuticas internacionais a anunciar que tinham criado a vacina para mitigar os sintomas do vírus, mas sobretudo para salvar vidas sendo que o contacto humano foi extremamente reduzido e foi imposto pelos diversos governos mundiais um “*lockdown*” bastante severo e com medidas muito restritivas.

Farmacêuticas como a *Pfizer*, *Moderna*, *Jonhson & Jonhson*, entre outras apresentaram o seu medicamento ao mundo e depois de concluídos todos os processos necessários, foi autorizado a sua distribuição e comercialização global.

A partir daqui começaram a surgir diversas informações e notícias de que as vacinas não eram confiáveis e provocavam efeitos adversos, graves danos para a saúde das pessoas e que eventualmente poderiam levar à morte.

Segundo Talyta França (2025), ainda em pleno 2025, continuam a circular diversas notícias falsas que acusam as vacinas que se destinam à proteção contra a Covid-19, de serem responsáveis por mortes súbitas, paralisias, problemas cardiovasculares, entre outros danos na saúde das pessoas. Foi publicado na plataforma X durante o mês passado que a *Pfizer*, alegadamente, teria divulgado uma lista onde descrevia todos os efeitos colaterais que a sua vacina poderia provocar a quem a tivesse inoculado.

A *Pfizer* perante estas notícias, informou a *Euronews* que as vacinas são periodicamente revistas pela Agência Europeia de Medicamentos e que os efeitos colaterais mais frequentes que as vacinas geralmente provocam passam por febre,

náuseas e dor de cabeça, de forma a tranquilizar todos aqueles que foram impactados por estas informações falsas.

A Organização Mundial da Saúde (OMS), informa que os benefícios das vacinas superam em muito os eventuais riscos, garantindo que a saúde da população não estará em perigo por consequência das vacinas.

Discussão

Perante tudo aquilo que tem vindo a acontecer, é possível visualizar a “ponta do iceberg” da era da pós-verdade, onde tudo está tão desenvolvido que possibilita a criação de conteúdos tão realistas que chegam a assustar quando visualizados. O facto de se conseguir espalhar notícias de tal forma credíveis que podem destruir reputações, empresas, vidas e estamos a ser espectadores de algo muito sério com uma margem de desenvolvimento enorme.

O facto de as TIC potenciarem as redes sociais e estas estarem a ser usadas para fins menos desejáveis, por força da digitalização à escala global, no entanto, há aspetos positivos da invasão da digitalização. Os estudantes e professores já assumem que a Inteligência Artificial (IA) é muito útil, seja para a elaboração de projetos académicos ou para a otimização e reestruturação de softwares e processos internos.

O problema irá sempre residir em grande parte na índole de cada um que utiliza estas novas ferramentas, porque haverá quem vai utilizar para boas práticas ou no âmbito profissional e depois claro teremos sempre as pessoas que irão utilizar para praticar atos eticamente condenáveis e para tentar prejudicar o próximo ou alguém de quem não gostam. Como foi abordado ao longo deste artigo, a população que recebe e entra em contacto com todas realidades, como as notícias falsas, manipulações de imagem ou vídeo irão ter, por si só uma interpretação própria de cada assunto ou tema.

Podemos denotar que todos têm a sua opinião e têm o direito a tê-la, mas outra coisa será negarmos a realidade dos factos, mesmo quando estes são apresentados e entrar numa espiral bastante negativa e perigosa para todos.

As empresas neste momento estão envolvidas numa situação complicada e delicada de se lidar, pelo que a transparência, os verificadores de factos e a comunicação direta, serão muito importantes para combater a era da desinformação. Foi referido neste texto, dois exemplos de empresas afetadas pela “pós-verdade” e sofreram danos económicos e reputacionais, devido às falsas notícias que tinham o objetivo de denegrir e atingir estas organizações que têm uma grande presença na esfera pública e mundial.

Aquilo que deverá ser feito. nomeadamente, pelas empresas passa por desenvolver mecanismos e estratégias para salvaguardarem a sua reputação e a sua perceção perante a opinião pública.

A ética comunicacional, o aumento da proximidade com os *stakeholders* e a procura de satisfazer as expectativas que as pessoas esperam dessas mesmas empresas, para quando estas situações que envolvem adversidades da era da “pós-verdade” acontecerem, existir uma maior preparação para responder da melhor forma possível a estes casos.

Conclusão

A comunicação empresarial terá de se tornar mais eficiente, incisiva e transparente, porque o futuro reserva ainda mais dificuldades e mais desafios que poderão pôr em causa a forma como se vive, a maneira como se relaciona. É credível afirmar que o presente momento em que se encontra a sociedade, fará com que as empresas tenham de aprender a comunicar

novamente, de forma a se adaptarem a uma realidade que não seria desejável por ninguém, mas infelizmente não é possível controlar aquilo que acontece.

A formação dos colaboradores é parte importante para o combate à desinformação, porém a educação e a consciencialização da sociedade é que poderá permitir que todos saibam distinguir aquilo que é verídico daquilo que é falso e só está a ser exposto e partilhado para plantar a confusão e a desconfiança que mal gerida pode levar á deterioração e à fragmentação da sociedade. Nunca se poderá esquecer que as empresas fazem parte e são presença muito ativa na vida de todas as sociedades, até porque todos precisam de comprar produtos ou recorrer a serviços para resolverem e poderem prosseguir com as suas vidas.

Segundo Marzuca (2025), a criação de canais de informação confiáveis, de forma a preservar o conteúdo que se quer transmitir e também é muito importante que sejam delineados planos e protocolos para a gestão de eventuais crises, que possam vir a afetar as organizações ao nível da sua reputação e por conseguinte levar a danos económicos.

A relação entre a população e as empresas é vital para que uma sociedade possa subsistir de forma coesa e funcional, até porque como já foi referido a vida sem as empresas iria se tornar-se muito mais complicada e é dever de todos conservar e manter saudável este ambiente que é a comunicação.

Declaração de uso de IA

O autor deste artigo declara que não recorreu a ferramentas de inteligência artificial generativa ou assistida em qualquer fase da conceção, redação, estruturação, revisão ou otimização do artigo. Todo o conteúdo apresentado resulta exclusivamente do trabalho autónomo do autor, que garante a originalidade, integridade e conformidade com os princípios éticos e científicos.

Referências

- Cometti, T. M. (2025, março 4). Combate jurídico à fake news: desafios e estratégias legais. LegalE. <https://legale.com.br/blog/combate-juridico-a-fake-news-desafios-e-estrategias-legais/>
- Ferrari, P. (2018). Como sair das bolhas. São Paulo: EDUC / Fortaleza: Armazém de Cultura.
- Jonhson, D. (2020, março 11). Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia. ONU News.
- Luís, A. & Simas, N. (2024). Especialistas alertam para risco de polarização e desinformação em Portugal. Combate às Fake News, uma questão democrática.
- Machado, P. M. (2022, janeiro 25). Fact-check: encontrada carne humana em fábricas de carne de cadeia internacional de restaurantes de fast food. Observador. <https://observador.pt/factchecks/fact-check-encontrada-carne-humana-em-fabricas-de-carne-de-cadeia-internacional-de-restaurantes-de-fast-food/>
- Magalhães, F. (2018, julho 26). Era da pós-verdade e Fake news por Yuval Harari em Lições para o século XXI.
- Marzuca, C. (2025, fevereiro 11). A Voz da Verdade: Desinformação e Como as Empresas Podem se Defender. Como Proteger Sua Empresa da Desinformação na Era da IA.
- Medon, F. (2021, janeiro 11). O direito à imagem na era das deepfakes.

- Queiroz, E. (2023). A urgência da psicologia na era da pós-verdade. Psicarreiras.
<https://psicarreiras.ordemdos psicologos.pt/a-urgencia-da-psicologia-na-era-da-pos-verdade/>
- Ribeiro, M. & Ortellado, P. (2018). O que são e como lidar com as notícias falsas. sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf
- Santaella, L. (2019). A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa? Barueri: Estação das Letras e Cores.
- Silva Junior, J. L. & Graeml, A. R. (2021). Fake News e seus Impactos nas Organizações. ISLA 2021 Proceedings, 17. <https://aisel.aisnet.org/isla2021/17>