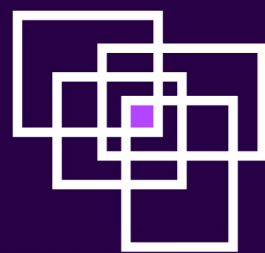


A HORA DA DUE DILIGENCE

Conferir o histórico de pessoas ou empresas antes de contratar um serviço sempre foi uma ação comercial básica. No entanto, essa conduta tem sido negligenciada e tornou-se comum observarmos organizações precisando lidar com impactos financeiros e de imagem gerados por terceiros. A ausência de uma devida diligência (due diligence) abre portas para vínculos antiéticos indesejados que interferem negativamente no ecossistema econômico e social. Como podemos impedir que isso aconteça?



43ª EDIÇÃO
CONBRAI2023
CONGRESSO BRASILEIRO DE AUDITORIA INTERNA

EVENTO
HÍBRIDO

26 a 28 de NOVEMBRO

VILLA BLUE TREE | SÃO PAULO - SP

MUNDO HÍBRIDO

A integração entre passado, presente e futuro na Auditoria Interna



conbrai.com.br

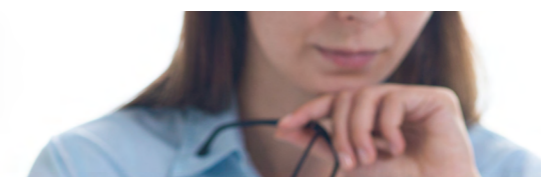
INSCREVA-SE

Realização



Í N D I C E

09



CAPA - ARTIGO TÉCNICO | CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

A presença das Due Diligences (Devidas Diligências) no mercado corporativo estrangeiro aponta para um forte crescimento dessa prática no Brasil que, se não aplicada, pode tornar empresas vulneráveis a todo o tipo de risco reputacional e impacto financeiro. Entenda!

05 EDITORIAL | NO PONTO

Márcia da Rosa Pereira, vice-presidente do Conselho de Administração do IIA Brasil, apresenta aos leitores da *Auditor Interno Magazine* os principais desafios a serem enfrentados pela nova gestão do corpo diretivo do instituto.

13 OPINIÃO | EM PERIGO

Em um texto que discute a disseminação das *fake news* por meio de dados históricos e números registrados em importantes pesquisas, o executivo Dane Fernandes fala sobre como o auditor interno pode ficar atento à desinformação.

18 AGENDA | CURSOS ON-LINE

Já está disponível a programação de cursos do IIA Brasil para o segundo semestre de 2023. Confira as datas, valores dos treinamentos e descubra como saber mais sobre os serviços de capacitação do instituto.

EXPEDIENTE

Ano 5 | Edição 39 | Janeiro e Fevereiro 2023

A AIM é uma publicação do Instituto dos Auditores Internos do Brasil. Rua Barão do Triunfo, 520 – cj. 42 (4º andar). Brooklin Paulista. São Paulo (SP). Contato: +55 (11) 5503.4040 | iiabrasil.org.br



Produção Editorial e Revisão: Agência Stóia e IIA Brasil
Projeto Gráfico | Diagramação: Elisângela Hiratsuka | Tiago Cruz
Jornalista Responsável / Editor: Tiago Cruz | DRT: 6.300 (PR)
Imagem da capa: katemangostar / Freepik
Redação: marketing@iiabrasil.org.br
Conselho Editorial | Diretoria Executiva: Paulo Roberto Gomes, Alessandro da Silva Portinho e Debora Lage Martins Lelis (CIA, CCSA, CRMA).

Conselho de Administração: Fábio de Figueiredo Pimpão (CIA, CCSA, CRMA), Márcia da Rosa Pereira (CIA, CCSA), Tânia Mara Cordeiro (CCSA), Tikara Yoneya (CIA, CRMA), Hélio Takashi Ito (CCSA, CRMA), Rene Guimarães Andrich (CIA, CCSA, CRMA), Carlos Renato Fontes Trisciuzzi (CIA, QIAL, CCSA, CRMA) e Sergio Roberto Ribeiro Maciel (CRMA).



COMO SERÁ A GESTÃO 2023/2025 DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DO IIA BRASIL?

Por Márcia da Rosa Pereira (CIA, CCSA)

Vice-presidente do Conselho de Administração do IIA Brasil

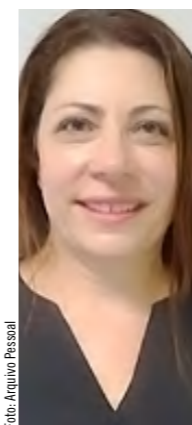


Foto: Arquivo Pessoal

O mundo evolui na “velocidade da luz”. Tecnologias surgem a cada dia; novas formas de trabalho conectam profissionais em locais longínquos; desafios na gestão de pessoas nos convidam a repensar as técnicas até então utilizadas; agendas relevantes, como a ESG (*Environmental, Social and Governance*), agregam a necessidade de repensar estratégias organizacionais e revisar processos... A Auditoria Interna insere-se nesse contexto sendo conclamada a agregar valor, especialmente na identificação de riscos emergentes que surgem com uma rapidez inimaginável.

Assim, os institutos de Auditoria afiliados ao *The Institute of Internal Auditors* (The IIA) ao redor do mundo estão sendo desafiados a acompanhar tais mudanças e a encontrar uma resposta rápida aos seus associados, provocando o debate e produzindo conteúdos para melhor

instrumentalizá-los no exercício da profissão. Os Colegiados, especialmente os Conselhos de Administração, possuem um papel central para traduzir esses movimentos, estabelecer estratégias e diretrizes que busquem qualificar a atuação dos auditores internos e dar respostas adequadas à essa perspectiva de mudança global. Portanto, o nosso maior desafio é preparar o profissional de Auditoria do futuro.

Nesse contexto, o IIA Brasil, um dos maiores institutos de auditores internos do mundo, seguindo o novo estatuto (aprovado pela Assembleia de Associados, que estabeleceu um mandato de três anos para os membros do Conselho de Administração), iniciou o período 2023-2025 com imensos desafios.

Na realidade, dá-se prosseguimento a um caminho já pavimentado com resultados relevantes, tais como: o aprimoramento das práticas de governança; a ampliação dos serviços prestados aos associados; e a realização de uma pesquisa, em 2022, junto aos profissionais da Auditoria

Conheça os principais pontos de atenção, as ações e estratégias administrativas dos conselheiros do IIA Brasil para o próximo triênio.



“Um importante ponto de atenção do atual Colegiado é a diversidade de gênero na profissão e no próprio instituto – algo que requer ações específicas para empoderamento das mulheres na carreira. Um exemplo vivenciado na eleição para esta gestão 2023/2025 foi a baixa candidatura de mulheres (apenas duas, em um total de vinte candidatos). Isso demonstra que precisamos trabalhar fortemente nessa agenda. Outro desafio do instituto é ser capaz de reforçar os mecanismos de transmissão do conhecimento, seja por meio de materiais e cursos mais parametrizados, debates de temas específicos a determinados segmentos, encontros regionalizados ou outras formas inovadoras de comunicação. Nessa lista também se inserem aspectos relacionados à auditoria do futuro, competências necessárias e tecnologias associadas à inovação.”

Interna no Brasil, que buscou identificar *insights* para apoiar nossa atuação. E o IIA Brasil tem a plena consciência de que muito ainda há de ser feito.

Um primeiro ponto é que o *Advocacy*, entendido como uma série de instrumentos que visam fortalecer a profissão, merece ampliação. Isso deve ocorrer por meio de novos conteúdos

relacionados a temas relevantes (observando tendências e boas práticas globais da profissão), mas que sejam adaptados à realidade do País e proporcionem uma maior articulação com atores estratégicos.

Outra questão necessária e estruturante é a busca de informações junto aos profissionais, associados ou não, para captar a realidade e as necessidades atuais da carreira (pessoas e organizações). Essa ação deve considerar a extensão, as diversidades e desigualdades do Brasil de forma a realimentar o processo de planejamento estratégico e operacional do instituto. Isso requer estratégias de comunicação mais assertivas e pesquisas segmentadas para que consigamos efetivamente “ouvi-los”. Com a pesquisa realizada em 2022, cujos resultados foram relevantes e serão em breve divulgados, já demos um passo importante nesse sentido.

Um importante ponto de atenção do atual Colegiado é a diversidade de gênero na profissão e no próprio instituto – algo desafiador e que requer ações específicas para empoderamento das mulheres na carreira. Um exemplo vivenciado na eleição para esta gestão 2023/2025 foi a baixa candidatura de mulheres (apenas duas, em um total de vinte candidatos). Isso demonstra que precisamos trabalhar fortemente nessa agenda.

Outro importante desafio do instituto, no contexto de riscos emergentes, é ser capaz de reforçar os mecanismos de transmissão do conhecimento, seja por meio de materiais e cursos mais parametrizados, debates de temas específicos a determinados segmentos, encontros regionalizados ou outras formas inovadoras de comunicação.

Nessa lista de desafios também se inserem aspectos relacionados à auditoria do futuro, competências necessárias e tecnologias associadas à inovação. No último tópico, podemos até pensar em algo que nos permita fazer uma digressão para métodos e formas de auditoria no Meta-verso – ambiente potencialmente relacionado a negócios e empresas.

Para que os propósitos se tornem realidade e os desafios sejam superados, o IIA Brasil conta cada vez mais com a participação dos associados, quer seja por meio de pesquisas, da apresentação de sugestões ou até mesmo pela composição de grupos específicos (estatutariamente previstos). Assim, vamos ao futuro, que, não podemos esquecer, já é hoje! **AI**

TURMA ABERTA

INSCREVA-SE!



AUDITORIA INTERNA ASSESSORANDO OS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA



Instituto dos
Auditores Internos
do Brasil

A ESCALADA DAS DUE DILIGENCES NAS ROTINAS EMPRESARIAIS

Por Janaína Fiorentin
Compliance na Votorantim

Um tema que se ouve falar há tanto tempo e que se mantém em constante evolução é a conhecida Due Diligence, ou, em outras palavras, a Devida Diligência de terceiros. Trata-se da verificação básica sobre o histórico de pessoas ou empresas antes de contratar ou prestar serviços.

É importante que se conheça muito bem com quem se está negociando antes de fechar qualquer tipo de contratação, pois um equívoco nessa hora pode deixar as empresas vulneráveis a todo o tipo de risco reputacional e, consequentemente, a impactos financeiros.

Em suma, a ausência de uma devida diligência prévia de terceiros pode causar, sim, danos irremediáveis às organizações.

Esse assunto tem recebido destaque desde a recente aprovação da *Lei da Cadeia de Suprimentos – Supply Chain Act* pela Alemanha – lei essa que determina que todas as empresas com mais de 3.000 funcionários precisam realizar Due Diligence em toda a sua cadeia de abastecimento. Nos casos de descumprimento dessa lei, é prevista a imposição de multas de até 2% do faturamento anual da empresa, além de impacto direto na permissão para participação em licitações. Então, não apenas como uma boa prática de mercado, logo serão vistos desdobramentos dessa conduta em todos os países, inclusive no Brasil, que é um

“Um tema que se ouve falar há tanto tempo e que se mantém em constante evolução é a conhecida Due Diligence, ou, em outras palavras, a Devida Diligência de terceiros. Trata-se da verificação básica sobre o histórico de pessoas ou empresas antes de contratar ou prestar serviços. A sua ausência pode causar danos irremediáveis às organizações, deixando-as vulneráveis a todo o tipo de risco reputacional.”

grande exportador de produtos agrícolas para a Europa.

À medida em que as empresas brasileiras forem adequando-se a essa nova norma, no intuito de manterem a imagem de instituições idôneas e confiáveis, elas também começarão a entender o impacto positivo de se trabalhar dessa forma e, provavelmente, acabarão replicando as boas práticas dessa lei alemã em sua própria governança.

Esse tema torna-se ainda mais relevante

As contratações de terceiros sem a verificação básica do histórico de pessoas e empresas podem gerar grandes problemas.



“Quando não se estabelece um correto fluxo de Due Diligence de terceiros abre-se uma porta pela qual, por exemplo, empresas ilegalmente adeptas ao trabalho análogo ao escravo ou infantil possam adentrar livremente em determinadas regiões ou comunidades. Isso pode se dar de várias maneiras, inclusive, por meio de terceirização ou quarteirização de serviços específicos que vão desde recursos humanos até mesmo às grandes linhas de produção. Sob a ótica ambiental, podemos citar casos de empresas que, direta ou indiretamente, são patrocinadoras de desmatamento, gerando impacto imediato na dizimação de povos originários regionais. Isso tudo para a obtenção de matéria-prima ilegal a baixo custo. Os exemplos não param por aí! Ao associar-se com empresas que apresentam conflitos de interesses com acionistas ou pessoas tomadoras de decisão, é possível que se percebam incoerências referentes à governança, causando um desequilíbrio em toda a cadeia de fornecedores da companhia.”

quando consideramos que as empresas, de modo geral, exercem uma importante função social, que além de tudo, interfere na qualidade de vida da comunidade ao seu entorno. Um dos pontos de observância disso está na geração de empregos que permitem que as famílias tenham poder de compra, levando prosperidade para o local, que passará a receber cada vez mais investimentos e poderá, conseqüentemente, expandir toda a rede de comércio de uma região. Quando uma grande organização negligencia a diligência na sua gestão de fornecedores, ela abre as portas para que pessoas ou empresas antiéticas possam interferir negativamente nesse ecossistema.

Isso é pauta ESG?! Mas como os assuntos estão ligados?

(Lembrando que ao falar de ESG estamos falando de Sustentabilidade Ambiental, Social e de Governança)

Quando não se estabelece um correto fluxo de Due Diligence de terceiros em uma grande instituição abre-se uma porta pela qual, por exemplo, empresas ilegalmente adeptas ao trabalho análogo ao escravo ou infantil possam adentrar livremente em determinadas regiões ou comunidades. Isso pode se dar de várias maneiras, inclusive, por meio de terceirização ou quarteirização de serviços específicos que vão desde recursos humanos até mesmo às grandes linhas de produção.

Sob a ótica ambiental, podemos citar casos de empresas que, direta ou indiretamente, são patrocinadoras de desmatamento, gerando impacto imediato na dizimação de povos originários regionais. Isso tudo para a obtenção de matéria-prima ilegal a baixo custo, uma produção que depois será revendida para inúmeros clientes – o que torna esse negócio cíclico, crítico e muito difícil de ser combatido.

Os exemplos não param por aí! Ao associar-se com empresas que apresentam conflitos de interesses com acionistas ou pessoas tomadoras de decisão, é possível que se percebam incoerências referentes à governança, causando um desequilíbrio em toda a cadeia de fornecedores da companhia.

Due Diligence: como implantar?

O risco de envolvimento com empresas, como as citadas anteriormente, pode ser mitigado quando se estabelece internamente um ambiente com regras e controles para contratações de fornecedores (que conte com normas claras a fim de evitar conflitos de interesses de qualquer natureza) e há a implantação de procedimentos robustos de verificação de terceiros, incluindo colaboradores e até mesmo clientes.

Logicamente, não estamos sugerindo que esse tipo de fluxo gere problemas na operação, burocratizando ou impactando os SLAs de projetos. Essa implantação deve ser feita de forma organizada para garantir que os terceiros sejam verificados de maneira adequada ao nível de risco que representam para a companhia. O ideal é que o processo de Due Diligence seja executado primeiramente no momento de homologação, e que em uma próxima ocasião seja estabelecido o fluxo de monitoramento contínuo, para que os dados estejam sempre atualizados.

Para garantir celeridade a esses processos, existem hoje inúmeros recursos tecnológicos e plataformas de *screening* de terceiros que auxiliam muito o trabalho do auditor ou até mesmo do *compliance officer*, trazendo rapidamente informações atualizadas sobre riscos reputacionais, de crédito e até mesmo financeiros. Em casos nos quais se trabalha com tecnologias mais aprimoradas, já é possível a obtenção da classificação de risco de cada terceiro verificada ainda no momento da análise de *background*.

O método de realização da Due Diligence, de forma geral, pode variar desde o mais simples até o mais complexo, a depender do porte das empresas e nível de criticidade das negociações. O imprescindível é que essas verificações sejam feitas de forma consistente – afinal, esse é um tema que vem ganhando cada vez mais visibilidade e recursos. É reconhecida um processo eficaz e altamente benéfico no que tange à prevenção a riscos, que é de absoluto interesse de todos. **A**

**O IIA Brasil não se responsabiliza, nem de forma individual, nem de forma subsidiária ou solidária, pelas opiniões, ideias e conceitos emitidos no texto, por serem de inteira responsabilidade de seu(s) autor(es).*

“O risco de envolvimento com empresas, como as citadas anteriormente, pode ser mitigado quando se estabelece internamente um ambiente com regras e controles para contratações de fornecedores (que conte com normas claras a fim de evitar conflitos de interesses de qualquer natureza) e há a implantação de procedimentos robustos de verificação de terceiros, incluindo colaboradores e até mesmo clientes. Não estamos sugerindo que esse tipo de fluxo gere problemas na operação, burocratizando ou impactando os SLAs de projetos. Essa implantação deve ser feita de forma organizada para garantir que os terceiros sejam verificados de maneira adequada ao nível de risco que representam para a companhia. O ideal é que o processo de Due Diligence seja executado primeiramente no momento de homologação, e que em uma próxima ocasião seja estabelecido o fluxo de monitoramento contínuo. Para garantir celeridade a esses processos, existem hoje inúmeros recursos tecnológicos e plataformas de *screening* de terceiros que auxiliam muito o trabalho do auditor.”



Artigo apresenta dados sobre os impactos das *fake news* na sociedade e nas organizações apontando alertas aos auditores internos.

Arte: piksupastar / Freepix

A VERDADE EM PRIMEIRO LUGAR

Por Dane Fernandes
Auditor

É

inegável a contribuição que as tecnologias estão proporcionando à humanidade. Elas têm desempenhado um papel vital no fornecimento de acesso gratuito a dados e informações; encorajado a participação do cidadão na tomada de decisões públicas; introduzido novas vozes no debate público; promovido a transparência e o escrutínio das ações administrativas; juntado defensores globais em questões que afetam os direitos humanos, o Estado de Direito e a democracia; e mobilizado novos atores ansiosos por encontrar caminhos alternativos para a participação política.

Por outro lado, o número alarmante de episódios envolvendo a utilização de plataformas de redes sociais para manipular eleições e debates públicos, bem como o aumento de grupos extremistas que utilizam a internet para incitar o ódio e a violência, adverte claramente a relação adversa entre essas plataformas e a democracia.

Nesse ponto, definamos *fake news* como a distribuição deliberada de desinformação ou boatos via meios de comunicação – a exemplo, jornais impressos, entre outros, mas principalmente, hoje em dia, via web por meio das mídias sociais. Entre as suas motivações incluem-se: atrair usuários aos sites para aumentar o tráfego e, com isso, faturar com publicidade digital, manipular a opinião pública, incentivar o ódio e mentiras, desconstituir

“Definamos *fake news* como a distribuição deliberada de desinformação ou boatos via meios de comunicação – a exemplo, jornais impressos, entre outros, mas principalmente, hoje em dia, via web por meio das mídias sociais. Entre as suas motivações incluem-se: atrair usuários aos sites para aumentar o tráfego e, com isso, faturar com publicidade digital, manipular a opinião pública, incentivar o ódio e mentiras, desconstituir autoridades, entre outros.

Segundo pesquisa do Massachusetts Institute of Technology (MIT), uma notícia falsa tem 70% mais chance de ser compartilhada do que uma verdadeira.”

“Notícias falsas existem entre nós desde a Roma Antiga. O que se entende como o primeiro jornal do mundo, a ‘Acta Diurna’ (idealizada por Júlio César no século II a.C), era utilizado para manipular informações, valorizando notícias positivas e ocultando as negativas. Não para por aí. Inquisição, Revolução Francesa, guerras mundiais... a lista das épocas e eventos históricos em que se constatou o uso de notícias falsas é extensa. Um marco bastante conhecido do uso das notícias falsas ocorreu na Alemanha Nazista, situação em que foram utilizadas para enaltecer o regime, estimular o preconceito, a xenofobia, o patriotismo, entre outros. Apesar de não ser nova a produção de notícias falsas, a novidade é que a era digital proporcionou um ambiente propício para a reprodução e divulgação das informações em uma velocidade superior à da luz. Outro efeito da internet é que ela proporcionou a conexão de pessoas com afinidade de pensamento, permitindo a formação de grupos em torno de diversas causas, inclusive as mais estapafúrdias.”

autoridades, entre outros.

Segundo pesquisa do Massachusetts Institute of Technology (MIT), uma notícia falsa tem 70% mais chance de ser compartilhada do que uma verdadeira. Ainda, um levantamento do Comitê Gestor da Internet no Brasil, em parceria com a Unesco, revela dados alarmantes sobre a checagem de informações na internet¹.

Notícias falsas existem entre nós desde a Roma Antiga. O que se entende como o primeiro jornal do mundo, a “Acta Diurna” (idealizada por Júlio César no século II a.C), era utilizado para manipular informações, valorizando notícias positivas e ocultando as negativas.

Não para por aí. Inquisição, Revolução Francesa, guerras mundiais... a lista das épocas e eventos históricos em que se constatou o uso de notícias falsas é extensa. Um marco bastante conhecido do uso das notícias falsas ocorreu na Alemanha Nazista, situação em que foram utilizadas para enaltecer o regime, estimular o preconceito, a xenofobia, o patriotismo, entre outros. É de Goebbels, o ministro da propaganda nazista, a conhecida frase: “uma mentira repetida mil vezes se torna verdade”.

Feito esse breve apanhado histórico, observa-se que, apesar de não ser nova a produção de notícias falsas, a novidade é que a era digital proporcionou um ambiente propício para a reprodução e divulgação das informações em uma velocidade superior à da luz. Parece que, no contexto atual, as redes sociais tornaram a afirmação de Goebbels uma realidade, com a velocidade de suas legiões e robôs digitais. Outro efeito da internet é que ela proporcionou a conexão de pessoas com afinidade de pensamento, permitindo a formação de grupos em torno de diversas causas, inclusive as mais estapafúrdias.

Atualmente, a comunidade acadêmica tem preferido o uso da expressão desinformação em vez de *fake news*. Entre outros motivos, isso se deve à banalização desse termo, utilizado frequentemente de forma maliciosa por determinados segmentos com o objetivo de retirar a credibilidade de conteúdos jornalísticos que contradigam seus próprios interesses.

Vamos, agora, examinar os diversos impactos das *fake news*. Começemos pela política, seara na qual prejudicam a capacidade de escolha, impactando negativamente a democracia. Nesse tópico, um marco ocorreu em 2016, na esteira da eleição presidencial dos Estados Unidos e do

“A questão das *fake news* ultrapassa a disseminação feita por pessoas desavisadas nos grupos da família. É um negócio estruturado, composto por profissionais extremamente qualificados e que demanda um elevado suporte financeiro. A IDEIA Big Data divulgou, em maio de 2019, que mais de dois terços das pessoas receberam *fake news* pelo *WhatsApp* durante a campanha eleitoral brasileira de 2018. Um levantamento realizado por um grupo da USP apontou que, por exemplo, na semana decisiva do Impeachment (Dilma Rousseff), três das cinco notícias mais compartilhadas pelos brasileiros no Facebook eram claramente falsas. É interessante perceber que a desinformação é potencializada pela disponibilização, coleta e tratamento de dados pessoais nos aplicativos e nas redes sociais. Isso porque esses dados alimentam algoritmos, permitindo que anúncios e notícias sejam fabricados e direcionados especificamente para determinado perfil de usuários, baseados na análise de seus hábitos, preferências, interesses e orientação ideológica.”

referendo do Brexit na Grã-Bretanha. As grandes plataformas digitais foram, repentinamente, cada vez mais, vistas como ferramentas perigosas de intromissão eleitoral pelo seu potencial de levar eleitores a fazerem escolhas baseadas em informações enganosas e, muitas vezes, em crenças emocionais também enganosas.

Perceba, portanto, que a questão das *fake news* ultrapassa, e muito, a disseminação feita por pessoas desavisadas nos grupos da família montados em plataformas de mensagens. É um negócio estruturado, composto por profissionais extremamente qualificados (TI, marqueteiros, publicitários e jornalistas) e que demanda um elevado suporte financeiro.

Pesquisa realizada pela IDEIA Big Data, divulgada em maio de 2019, revelou que mais de dois terços das pessoas receberam *fake news* pelo *WhatsApp* durante a campanha eleitoral brasileira de 2018². Em recente estudo, um levantamento realizado por um grupo da Universidade de São Paulo (USP) apontou que, por exemplo, na semana decisiva do Impeachment (Dilma Rousseff), três das cinco notícias mais compartilhadas pelos brasileiros no Facebook eram claramente falsas³.

É interessante perceber que a desinformação é potencializada pela disponibilização, coleta e tratamento de dados pessoais nos aplicativos e nas redes sociais. Isso porque esses dados alimentam algoritmos, permitindo que anúncios e notícias sejam fabricados e direcionados especificamente para determinado perfil de usuários, baseados na análise de seus hábitos, preferências, interesses e orientação ideológica. Cada “like” alimenta um sistema capaz de montar um perfil para aquele indivíduo com base em tecnologias como o *Big Data* e o *Machine Learning* (aprendizagem de máquina).

Justamente por refletirem exatamente as preferências e visões de mundo do usuário e servirem perfeitamente à confirmação dessas, essas notícias tendem a ser compartilhadas de pronto, sem o devido questionamento ou checagem. Segundo o Massachusetts Institute of Technology (MIT), a probabilidade de republicar uma informação falsa é 70% maior do que a de republicar uma notícia verdadeira⁴.

Isso nos remete a um conceito relacionado ao tema: o de pós-verdade – contexto em que os fatos importam menos do que as crenças pessoais. Tem a ver também com o viés de confirmação: a tendência de enxergar apenas o

“As *fake news* com manchetes sensacionalistas acabam, por vezes, seduzindo e ajudando a confirmar percepções pré-existentes de algumas pessoas, o que as leva tanto a acreditar em informações inverídicas quanto a compartilhar esse conteúdo em suas redes. Além disso, esse mecanismo favorece a polarização social, pois, muitas vezes, essas notícias baseiam-se na criação de uma fundamentação que coloca o lado oposto como inimigo, estimulando a divisão. O algoritmo se encarrega de apresentar somente informações que sejam atrativas àqueles indivíduos, o que gera uma sensação de que se está do lado de uma suposta maioria. Isso reforça as certezas e aumenta a intolerância com quem se posiciona de forma diferente. Por esses motivos, a desinformação consiste em uma grande ameaça à democracia, à estabilidade política e à confiança do usuário nas informações existentes no meio digital. As *fake news* distorcem o debate, haja vista que ele ocorrerá a partir de notícias falsas, e comprometem o pluralismo político.”

que confirma suas crenças e ignorar o que as contradiz, sendo irrelevante, nesse contexto, a verdade. Assim, as *fake news* com manchetes sensacionalistas e conteúdos falsos acabam, por vezes, seduzindo e ajudando a confirmar percepções pré-existentes de algumas pessoas, o que as leva tanto a acreditar em informações inverídicas quanto a compartilhar esse conteúdo em suas redes.

Além disso, esse mecanismo favorece a polarização social, pois, muitas vezes, essas notícias baseiam-se na criação de uma fundamentação que coloca o lado oposto como inimigo, estimulando a divisão. O algoritmo se encarrega de apresentar somente informações que sejam atrativas àqueles indivíduos, o que gera uma sensação de que se está do lado de uma suposta maioria. Isso reforça as certezas e aumenta a intolerância com quem se posiciona de forma diferente.

Por esses motivos, a desinformação consiste em uma grande ameaça à democracia, à estabilidade política e à confiança do usuário nas informações existentes no meio digital. As *fake news* distorcem o debate, haja vista que ele ocorrerá a partir de notícias falsas, e comprometem o pluralismo político, que é a existência de várias opiniões e ideias alicerçada pelo respeito por cada uma delas – um dos pilares do regime democrático.

Além disso, as *fake news* interferem na credibilidade do Jornalismo: minou as funções da profissão (fiscalização do Governo e estímulo ao debate público) e comprometeu o desempenho da democracia liberal. De fato, se antes a produção da notícia era centralizada nos grandes veículos jornalísticos, hoje ela se encontra difusa. Cada terminal de internet pode gerar notícias, falsas ou verdadeiras, e comentar outras geradas por esses grandes meios, seja para apoiá-los ou para descredibilizá-los.

Segundo a Kaspersky, 62% dos brasileiros não sabem identificar ou não têm certeza se conseguem diferenciar se uma notícia na internet é falsa ou verdadeira⁵. Esse dado fornece a profundidade do desafio a ser enfrentado. Há diversas maneiras de combate à desinformação. Uma delas é a alfabetização midiática, aquela que permite aos indivíduos analisarem, de forma crítica e reflexiva, os conteúdos oriundos do meio digital. Por meio dela, os cidadãos podem adquirir as competências básicas para que possam compreender, analisar, avaliar, produzir

conteúdo, e, sobretudo, distinguir notícias reais das falsas.

Os auditores internos, grosso modo, participam de Programas de Educação Continuada e, dessa forma, têm na formação a base para diferenciar o registro sem viés da distorção relevante. Portanto, pode ser condição necessária, mas não suficiente, para desempenhar a atividade de Auditoria Interna e agir de maneira imparcial. Casos como o das Lojas Americanas foram objeto de notícias inapropriadas que, em um primeiro momento, geraram uma certa instabilidade no mercado, colocando em evidência o trabalho dos profissionais envolvidos.

Por fim, está em pauta novamente o Projeto de Lei 2630, que tramita desde 2020, tentando colocar um marco regulatório sobre o assunto em tela. Assim, os auditores internos devem ser céticos na análise pormenorizada do tema e, quando surgirem dúvidas quanto à veracidade da informação disponível, devem recorrer às plataformas de checagem de fatos para sua verificação de conformidade. **AI**

*O IIA Brasil não se responsabiliza, nem de forma individual, nem de forma subsidiária ou solidária, pelas opiniões, ideias e conceitos emitidos no texto, por serem de inteira responsabilidade de seu(s) autor(es).

¹Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/05/03/pesquisa-revela-que-43percent-dos-jovens-nao-sabem-quecar-se-uma-informacao-da-internet-e-falsa.ghtml>. Acesso em 02 de maio de 2023.

²Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/2-em-cada-3-receberam-fake-news-nas-ultimas-eleicoesaponta-pesquisa.shtml>. Acesso em 02 de maio de 2023.

³Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd. Acesso em 02 de maio de 2023.

⁴Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/curiosidades/fake-news.htm>. Acesso em 02 de maio de 2023.

⁵Disponível em: https://www.kaspersky.com.br/about/press-releases/2020_62-dos-brasileiros-nao-sabem-reconhecer-um-noticia-falsa. Acesso em 02 de maio de 2023.

“Segundo a Kaspersky, 62% dos brasileiros não sabem identificar se conseguem diferenciar uma notícia falsa na internet. Esse dado fornece a profundidade do desafio a ser enfrentado. Os auditores internos, grosso modo, participam de Programas de Educação Continuada e, dessa forma, têm na formação a base para diferenciar o registro sem viés da distorção relevante. Portanto, pode ser condição necessária, mas não suficiente, para desempenhar a atividade de Auditoria Interna e agir de maneira imparcial. Casos como o das Lojas Americanas foram objeto de notícias inapropriadas que geraram uma certa instabilidade no mercado, colocando em evidência o trabalho dos profissionais envolvidos. Por fim, está em pauta novamente o Projeto de Lei 2630, que tramita desde 2020, tentando colocar um marco regulatório sobre o assunto em tela. Assim, os auditores devem ser céticos na análise pormenorizada do tema e, quando surgirem dúvidas quanto à veracidade da informação disponível, devem recorrer às plataformas de checagem de fatos para sua verificação de conformidade.”



Curso CIA - Parte 1

03 a 06 de julho | On-line

Valor: R\$ 3.500,00

38 créditos de CPE

Curso TI - Novo

03 a 06 de julho | On-line

Valor: R\$ 2.500,00

38 créditos de CPE

AAC

06 e 07 de julho | On-line

Valor: R\$ 2.200,00

19 créditos de CPE

Curso Auditoria 4.0

10 a 12 de julho | On-line

Valor: R\$ 2.500,00

28 créditos de CPE

Curso Report - Novo

10 de julho | On-line

Valor: R\$ 1.100,00

09 créditos de CPE

Curso TI - Novo

17 a 20 de julho | On-line

Valor: R\$ 2.500,00

38 créditos de CPE

Curso CIA - Parte 2

17 a 20 de julho | On-line

Valor: R\$ 3.700,00

38 créditos de CPE



PADRÃO DE QUALIDADE

O Instituto dos Auditores Internos conta com uma equipe de instrutores qualificada que possui alta avaliação de desempenho. Eles passam por constantes análises dos participantes de cada evento administrado pelo IIA Brasil. Suas certificações e históricos profissionais garantem treinamentos com excelente potencial de aprendizagem e absorção do conteúdo ministrado. Saiba mais no [link iiabrasil.org.br/cursos/instrutores](http://link.iiabrasil.org.br/cursos/instrutores).

Princípios Básicos de IFRS

International Financial Reporting Standards

Conheça e entenda as principais atualizações sobre o IFRS e seus requisitos, juntamente com as normas internacionais e sua aplicação nas empresas, a fim de exercitar os procedimentos de auditoria interna no processo contábil com foco IFRS.

Os treinamentos do IIA Brasil são exclusivos para associados. Para detalhes consulte iiabrasil.org.br.
As datas poderão sofrer alterações e as turmas cancelamentos por falta de quórum.
Condições diferenciadas para grupos empresariais.
As informações exibidas aqui também podem conter modificações após a publicação da revista.



Tools for Audit Managers

Ferramentas para Gerente de Auditoria

INSCRIÇÕES ABERTAS!



Instituto dos
Auditores Internos
do Brasil