



FOTOMONTAGEM: MAXX-STUDIO/SHUTTERSTOCK.COM

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO NA ERA DIGITAL

| POR PATRICIA PECK PINHEIRO

A EVOLUÇÃO
TECNOLÓGICA
ACARRETOU GRANDES
MUDANÇAS NO MODO
COMO AS EMPRESAS
CONDUZEM SEUS
NEGÓCIOS, LEVANDO-AS A
INVESTIR CADA VEZ MAIS
NO AMBIENTE DIGITAL.
ASSIM, O CUIDADO
COM A BLINDAGEM
DA INFORMAÇÃO SE
TORNOU UM PONTO
DETERMINANTE PARA O
SUCESSO OU O FRACASSO
DE UM EMPREENDIMENTO



Sociedade do Conhecimento possui três grandes insumos principais: energia, telecomunicação e tecnologia. Os negócios que mais geram retorno para os acionistas estão diretamente relacionados à entrega desses recursos essenciais, ou seja, um novo modelo de riqueza baseado na geração, no uso e na retenção de informação.

Sendo assim, para que um negócio prospere no atual cenário socioeconômico, é preciso que ele permita interações não presenciais de forma instantânea e desmaterializada, a qualquer momento, de qualquer lugar, com mobilidade e independência de suporte físico, devendo acumular banco de dados qualitativo sobre as informações produzidas. Afinal, conteúdo é poder, e, na era digital, pode determinar o valor de mercado de uma empresa, visto que potencializa a importância dos ativos intangíveis (reputação, marca, bancos de dados, códigos fontes, propriedade intelectual, etc.) de um empreendimento.

Por isso, produtos e serviços relacionados à mobilidade, redes sociais, *mobile business*, compras coletivas, *crowdfunding* e *cloud computing* têm grandes chances de êxito e lucro, assim como aqueles relacionados à produção e compartilhamento de conteúdo e à segurança da informação. Devido ao fato de a nova moeda, o capital digital, referir-se aos dados, tudo o que possa contribuir para sua proteção também gera valor. Isso significa que muitos modelos vencedores da era industrial se tornam ultrapassados dentro da lógica de mercado da Sociedade Digital. Isso ocorreu com empresas que deixaram de enxergar que a tendência e o sucesso da inovação estariam baseados em um formato completamente imaterial de produção de bens e serviços. Por isso, conseguimos entender a falência ou o fracasso de empresas que eram tidas como inovadoras em sua época, como a Polaroid, a Atari, a Olivetti, e a ascensão de negócios como iTunes, Flickr, Facebook e Google.



A ERA DA TRANSPARÊNCIA EXIGE MAIOR ATENÇÃO COM A PROTEÇÃO DA IMAGEM E DA REPUTAÇÃO, ABRANGENDO A NECESSIDADE DE AMPLIAR OS CUIDADOS SOBRE A MARCA DIGITAL

BLINDAGEM DIGITAL E REPUTAÇÃO DA MARCA NA REDE

Dentro deste cenário, cresce a importância do Direito Digital como ferramenta de governança e gestão de riscos, tendo como principal característica estar muito mais baseado em autorregulamentação e contratos do que em leis. O especialista em Direito Digital é um estrategista e não mais um profissional causídico para mover ações judiciais, pois o tempo real não permite aceitar o prazo do Judiciário e do Legislativo, é preciso preparar o terreno antecipadamente e trazer soluções que alinhem o técnico com o legal e que possam ser aplicadas de forma rápida e amigável.

Logo, as empresas vencedoras desta corrida virtual, em um mundo plano e de economia aberta, em pleno exercício da liberdade de pensamento e da livre iniciativa, são as que criam as próprias regras, seja por meio de termos de uso ou de códigos de conduta, normas e políticas, contratos e SLAs (*service level agreement*), que se trata de um acordo de nível de serviço firmado entre o fornecedor e o cliente.

No entanto, em que pese todo o planejamento estratégico, a era atual da transparência exige maior atenção à proteção da imagem e da reputação, abrangendo, inclusive, a necessidade de ampliar os controles e cuidados sobre a marca digital.

É interessante observar que uma marca que não consiga registrar um domínio ou um perfil na rede social atualmente é desconsiderada de início, pois não poderá cumprir seu papel e efetivamente “marcar” território digital, frente a uma concorrência cada vez maior e a um clique de distância. Não basta mais ser eficiente no mundo real e entregar o produto com qualidade. Se isso não gerar um enriquecimento de base de dados, a empresa está fadada a perder a corrida a longo prazo, na qual informação faz toda a diferença para continuar inovando e liderando.

Nesta época da transparência corporativa, profissional e pessoal, em tempo real, o fenômeno das redes sociais representa muito mais do que um novo canal de comunicação entre a empresa e o público, significa uma quebra de paradigma e a ruptura com os usos e costumes das gerações anteriores, em que a exposição maior faz parte da regra do negócio. Além disso, são ambientes que geram documentação e informação em um volume nunca antes imaginado, é preciso saber filtrar. É possível conseguir desde ideias inéditas fornecidas por qualquer um, em um formato colaborativo, até levantar intenções e escolhas individuais (padrões de conduta e comportamento que ficam registrados no rastro de navegação identificável dos usuários).

PRODUTOS E SERVIÇOS RELACIONADOS À MOBILIDADE, REDES SOCIAIS, COMPRAS COLETIVAS, CROWDFUNDING E CLOWD COMPUTING TÊM GRANDES CHANCES DE ÊXITO. AFINAL, CONTEÚDO É PODER

PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Quanto ao risco, as empresas passaram a enfrentar a problemática trazida pela perda do monopólio da ferramenta de trabalho. Os dados podem vazar facilmente, pois, com a consumerização e o barateamento do acesso aos recursos essenciais do modelo de produção digital (energia, telecomunicação e tecnologia), qualquer colaborador pode se tornar um concorrente da noite para o dia, levando consigo o conhecimento adquirido. Isso impacta profundamente nas relações de trabalho, que deixam de ter uma característica de subordinação e submissão, em que havia a preocupação de galgar os degraus do plano de carreira, para uma gestão de pessoas que estão em constante mobilidade e que buscam mudanças na vida profissional em intervalos de seis meses a dois anos. Se isso não ocorre, elas partem para outra empresa, pois, na era do *networking* e do LinkedIn, as oportunidades se tornaram infinitas.

Portanto, uma das grandes preocupações passou a ser a proteção da propriedade intelectual, bem como manter os talentos por meio de ofertas de participação societária e mobilidade para realizar o trabalho, em que a empresa permite *home office* ou *mobile office*, contribuindo para a retenção desses profissionais e a própria produtividade, principalmente em centros urbanos com trânsito caótico e transportes públicos insuficientes.

É por isso que empresas que possuem regras mais claras, política de segurança da informação e monitoram sua marca nas redes sociais conseguem enfrentar mais rapidamente os desafios e evitar incidentes que possam ser fatais.

INVESTIMENTO NA CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS

Os negócios que querem sobreviver neste novo contexto devem investir, cada vez mais, na capacitação continuada de seu capital humano, pois colaboradores e gestores atualizados fazem toda a diferença, assim como o investimento na conscientização sobre a importância da segurança da informação é requisito para gerenciar e minimizar os riscos comportamentais. Afinal, uma marca centenária pode ser aniquilada em questão de segundos por causa de comentários na *web*.

É preciso educar as pessoas no uso ético, seguro e legal da tecnologia. Os contratos precisam estar blindados.

A sustentabilidade da era digital depende diretamente da capacidade de ouvir o testemunho das máquinas em sintonia com os humanos, de indivíduos conectados entre si em relações eletrônicas que alcancem todas as partes do mundo. A oportunidade está em estabelecer conexões, literalmente. A não resposta a estes sinais pode significar a mudança dos *players* líderes neste novo século.

NOVAS IMPLICAÇÕES LEGAIS NO MEIO VIRTUAL

Enfrentamos uma etapa turbulenta e de transição, na qual a atenção tem que ser redobrada. Há projetos de lei importantíssimos em discussão que devem ser acompanhados, pois podem afetar drasticamente os negócios e a livre iniciativa, tais como: os que tratam sobre privacidade, proteção de dados sensíveis, crimes eletrônicos, direitos autorais, consumidor online, segurança pública digital, sem falar no marco civil da internet, que definirá princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil.

Inclusive, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) foi alterada recentemente com o objetivo de equiparar todo tipo de trabalho (presencial e a distância) e de recurso (pessoal e corporativo), no tocante à capacidade de gerar vínculo e responsabilidade sobre pagamento de hora extra e sobreaviso em um mundo de relações ininterruptas, em que é cada vez mais difícil dissociar a vida pessoal da profissional, o que gera impactos jurídicos, financeiros, reputacionais e precisa de um olhar especial para prevenção de riscos trabalhistas.

Concluindo, da primeira grande revolução humana, a Agrícola, em que o modelo de riqueza era a terra, à Revolução Industrial, cujo foco eram os bens de produção e o capital, a terceira revolução está sendo feita por quem detém a informação. Negócios que negligenciam a proteção da propriedade intelectual, a presença em redes sociais e a segurança da informação estão depredando o próprio patrimônio. Não dá para puxar da tomada, é preciso assumir a desmaterialização e a mobilidade como condições de existência do negócio, fazendo um trabalho sério de blindagem técnica-legal permanente. ●