

Compliance: as consequências do uso irregular de software

Thomaz Côrte Real (*)

Segundo dados da Pesquisa Global de Software da BSA | The Software Alliance, 46% dos softwares instalados em computadores brasileiros não estão devidamente licenciados, o que equivaleria a um valor comercial de 1,7 bilhões de dólares

Nos últimos anos, este percentual vem caindo lentamente, mas ainda é extremamente preocupante - seja para as empresas fornecedoras dos programas de computador ou para os usuários destes softwares, principalmente as pessoas jurídicas.

Conhecida popularmente como "pirataria" de software, a modalidade mais comum é a venda dos CDs ou pen drives com cópias dos programas ou a disponibilização irregular via download, práticas que vem sendo combatidas por campanhas promovidas no Brasil pela BSA em parceria com a Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES) ou ações do Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP). Entretanto, existem outros tipos de uso irregular, que a maioria das pessoas e empresários desconhece.

Entre as irregularidades encontradas no licenciamento de uso de software está a instalação do software em sistemas do tipo multiusuários (redes de computador), com a permissão de acesso à unidade central de processamento - e, portanto, utilização do software licenciado - em quantidade muito superior ao número de licenças de uso oficialmente adquiridas.

Outra prática bastante usual diz respeito à questão territorial, quando o contrato de licenciamento de uso prevê a utilização dos softwares em um determinado estabelecimento da empresa, mas o software acaba rodando em localidades diferentes às previstas no referido contrato.

Existem ainda empresas que utilizam o programa de computador após o término da vigência do contrato de licença de uso e esquecem de renovar ou passam meses negociando a renovação do contrato, não firmam um novo aditivo e continuam utilizando o sistema por tempo indeterminado.

Por isso, deveria existir nas organizações um controle mais rígido dessas licenças, uma tarefa que pode ser atribuída à área de TI (Tecnologia da Informação) ou alguma outra, mas que não pode ser protelada.

Enormes são os prejuízos causados aos detentores dos legítimos direitos autorais sobre os softwares copiados, utilizados e/ou comercializados irregularmente, vale lembrar o montante divulgado pela BSA.

Já quanto ao usuário, a prática ilícita pode acarretar problemas de ordem técnica (falta de atualização e suporte técnico do software; vulnerabilidade para ciberataques; exposição de dados de terceiros etc.) e jurídica, com sanções na esfera criminal e cível, gerando vultosas indenizações.

No Brasil, os direitos patrimoniais e morais do autor, são tutelados pela Constituição Federal - art. 5º, XXVII -, sendo o direito de propriedade intelectual dos programas de computador definido pela Lei de Software nº 9.609/98, em conjunto com a Lei de Direito Autoral nº 9.610/98.

Cabe esclarecer que a regularidade da utilização de programa de computador somente pode ser identificada por meio do contrato de licença de uso ou o documento fiscal, conforme dispõe o artigo 9º da Lei nº 9.609/98 (Lei de Software).

Ademais, os artigos da Lei de Software, asseguram integral proteção aos titulares dos direitos de autor sobre programas de computador de origem estrangeira ou nacional, independentemente de registro ou cadastramento, pelo prazo de 50 anos contados de seu lançamento.

Existem meios jurídicos ágeis e eficientes para que as empresas titulares dos direitos autorais de programa de computador, que estejam sofrendo com o uso irregular do software, possam fazer cessar tal prática ilícita e obtenham as reparações pelos danos sofridos.

Resumindo, o uso ilegal de programas para computador fere a legislação, viola o contrato (que é lei entre as partes) e infringe a propriedade intelectual dos titulares das obras, sujeitando o infrator às penalidades que as leis civil e penal estipulam, abrangendo inclusive as indenizações previstas nos artigos 102 e 103 da Lei 9.610/98, que podem atingir até 3.000 vezes o valor do software usado ilegalmente.

Ressaltamos ainda que, com a promulgação de leis que tratam de questões relativas ao combate à corrupção, lavagem de dinheiro e ao conflito de interesses, muito tem se tratado da implementação de programas de compliance nas corporações. Várias empresas têm se dedicado na implantação de processos que visam alinhar todos os departamentos em conformidade com as normas legais e regulamentares relacionadas com às atividades desenvolvidas, bem como os regramentos internos das empresas. Só com a eliminação do uso irregular de software em uma empresa, esta organização estará efetivamente alinhada com um programa de compliance.

(*) É Sócio do escritório M.A.Santos, Côrte Real e Associados - Advogados e Consultor Jurídico da ABES - Associação Brasileira das Empresas de Software. Especialista em Direito Tecnológico.

Lei brasileira de proteção dos dados: o que muda?

Após a implementação da GDPR, norma europeia de proteção de dados, o mundo vem se movimentando para não ficar para trás. No Brasil, o Senado acaba de aprovar uma proposta de lei semelhante, a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) / PLC 53/2018, inspirada na regulamentação do velho continente. Mas e agora, o que muda?

Ricardo Rodrigues (*)

Para começar, algumas empresas já estavam se adaptando às mudanças, pois a não adaptação poderia impactar em perda de negócios e dificultar a adequação no futuro. Com os recentes escândalos de vazamento, é mais do que necessária uma regulamentação que norteie a utilização de dados pessoais, deixando mais claro para os usuários quais são os dados cedidos e como eles serão utilizados.

No país, o Marco Civil da Internet (Lei Nº 12.965/14) já cobria alguns pontos relacionados ao uso da internet, mas não tinha uma autoridade fiscalizatória eficiente, como traz a nova lei. O assunto, que era debatido desde 2009, foi encarado como censura de forma precipitada, com grandes companhias como opositores em certos itens. Mas é importante ressaltar: a criação da regulamentação é algo positivo, visto que ela veio para garantir que a liberdade não seja ignorada pelas grandes corporações.

Sendo assim a legislação não visa atrapalhar os negócios, nem limitar o acesso do usuário: esses pontos visam, na verdade, fomentar o desenvolvimento econômico e tecnológico numa sociedade movida a dados, garantir a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor, aumentar a confiança da sociedade na coleta e uso dos seus dados pessoais e aumentar a segurança jurídica como um todo no uso e tratamento de dados pessoais.

Para compreender melhor do que se trata a nova legislação, levantamos os dez principais princípios da nova legislação:

Finalidade

Os dados coletados só podem ser tratados para fins legítimos e especificados aos titulares. Ou seja: as empresas não podem coletar informações e, depois, usá-las para outros fins.

Adequação

O tratamento dos dados deve estar adequado com a finalidade que foi informada para o usuário.

Necessidade

Os dados devem ter seu uso limitado ao necessário para realização das suas finalidades. Isso inclui ter apenas dados pertinentes, proporcionais e que não excedam as finalidades do tratamento. Isto é, as empresas devem coletar apenas aquelas informações estritamente necessárias para prestação dos seus serviços.

Livre acesso

Os titulares dos dados devem sempre ter acesso fácil e gratuito



às suas informações, serem informados sobre como esses dados estão sendo usados e por quanto tempo eles serão tratados.

Qualidade dos dados

Este é um princípio que garante aos titulares que seus dados serão exatos, terão informações claras, relevantes e atualizadas para tratamento.

Transparência

O objetivo desse princípio é garantir aos usuários informações claras e de fácil acesso sobre o tratamento dos seus dados e sobre quem são os responsáveis por tratá-los.

Segurança

Definiza que as empresas que tratam de dados devem adotar medidas para proteger essas informações de acessos não autorizados, de eventos acidentais ou ilícitos de destruição, alteração, perda, comunicação ou difusão.

Prevenção

As empresas que tratam de dados devem adotar medidas para prevenir a ocorrência de danos no tratamento dessas informações.

Não discriminação

De acordo com esse princípio, os dados não podem ser utilizados para fins discriminatórios, ilícitos ou abusivos.

Responsabilização

Este princípio fala que as empresas têm que se responsabilizar pelos dados e, para isso, têm o dever de mostrar quem são os parceiros responsáveis pelo tratamento dessas informações, bem como devem determinar um encarregado pela tarefa, informando o usuário sobre quem é esta pessoa responsável.

(*) É cofundador da Social Miner.

Por que sua empresa precisa de um sistema de CRM para crescer?

"O CRM estará no centro das iniciativas digitais dos próximos anos. Essa é uma área de tecnologia que receberá fundos, pois os negócios digitais são fundamentais para que as empresas permaneçam competitivas", esse é um depoimento da vice-presidente de pesquisa do Gartner, Joanne Correia, em um relatório de 2014. Correia se referia aos investimentos em iniciativas de marketing digital e de experiência do cliente como o impulsionador principal do crescimento no mercado de CRM.

Ainda de acordo com este relatório, os maiores consumidores de CRM incluem: empresas de comunicação, mídia e de TI; fabricação; serviços bancários e imobiliários que se beneficiam com o CRM na gestão e otimização de serviços e experiência do cliente.

No entanto, vale lembrar que outras empresas, além destas dos segmentos citados, também se beneficiam das soluções de gestão de relacionamento com o cliente. Com as grandes organizações focadas na experiência mais personalizada de seus clientes, o CRM se torna ainda mais crucial para o crescimento dos negócios.

Sistemas de CRM e os desafios de vendas hoje

As soluções de CRM evoluíram para superar os desafios enfrentados pelos times de vendas hoje em dia, integrando-se com outros serviços e abrangendo a infinidade de canais utilizados pelos leads e clientes para se envolver com as empresas. Além disso, o CRM permite que as equipes de marketing e vendas colaborem com eficácia e compartilhem recursos, ao mesmo tempo em que evitam a duplicação de esforços.

O crescimento das redes sociais oferece inúmeras oportunidades para atingir possíveis clientes e promover o relacionamento com eles. E acompanhar e monitorar de perto as interações da sua empresa com prospects individuais é fundamental.

O crescimento gera novos desafios

Quando as organizações entram em fases de rápido crescimento, leads valiosos podem se perder - não porque o depar-



tamento de marketing não está trabalhando direito ou porque a equipe de vendas não está fechando negócios. Mas sim porque ambas as equipes estão sobrecarregadas com informações. Sem um objetivo transparente e um sistema de CRM centralizado, as áreas de marketing e vendas gastam horas na busca de e-mails e tentativas de se conectar com colegas para obter as informações mais recentes e precisas sobre o status dos leads, por exemplo. Isso pode fazer com que reuniões sejam perdidas, ou marcas mais de uma vez, além de promover falhas para seguir as etapas do funil de vendas e comunicação entre

outras áreas - incluindo o cliente final.

Manter sua equipe focada e sincronizada, garante a utilização mais eficaz do tempo e elimina muitas das tarefas incômodas que tomam tempo e não trazem valor. Vivenciamos a Era que melhorar a produtividade de vendas é crucial para atingir as metas de receita, mas fazer a empresa crescer também é.

Nunca foi tão crucial que as equipes de marketing e vendas trabalhem como uma unidade coesa e os sistemas de CRM são a solução perfeita para ajudar as organizações em crescimento a atingirem essa meta. Além disso, muitos dos desafios enfrentados pelas organizações com crescimento rápido no panorama de marketing moderno podem ser facilitados com o apoio de soluções modernas de CRM, que comportam fluxos de trabalho complexos e indica o conteúdo mais eficaz e relevante para situações específicas de venda.

A equipe de vendas terá, por exemplo, ferramentas à prova de falhas, capazes de fechar mais negócios em menor tempo, e podem organizar, de forma eficiente, as informações de contato. Essa última característica facilita as interações por meio dos diversos canais de comunicação, como website, e-mail, chamadas telefônicas, mídias sociais e outros - afinal, as empresas atuais não podem arriscar perder leads valiosos nesse panorama comercial cada vez mais competitivo e o CRM se torna, a longo prazo, uma grande vantagem.

(Fonte: Rodrigo Souto, gerente de marketing da HubSpot para o Brasil).

News @TI

Tecnologia é aliada na rotina de trabalho

@Comemorado em 11 de agosto, o Dia do Advogado serve para homenagear aqueles que decidiram seguir carreira na área e enfrentam uma rotina de trabalho intensa: processos para advogar, prazos para cumprir, desafios diários para enfrentar. Porém, esses profissionais podem utilizar a tecnologia para gerar agilidade, economia e como diferencial competitivo, já que as inovações têm tornado as atividades rotineiras mais simples e eficazes. Um desses exemplos é a DocuSign, plataforma especializada em assinatura eletrônica que pode ser considerado um marco na evolução da tecnologia nos escritórios de advocacia, tornando as operações rotineiras mais ágeis e gerando maior produtividade das equipes. A DocuSign permite que a assinatura de documentos eletronicamente por meio de qualquer dispositivo - computadores, smartphones e tablets - e o envio dele para qualquer pessoa. Dessa maneira, é possível eliminar todo o procedimento burocrático de imprimir um documento, assinar, escanear e depois enviar (www.docusign.com.br).