

## Lei de proteção dos dados é aprovada no Senado: como sua empresa deve se preparar?

Leonardo Goldim (\*)

O plenário do Senado aprovou no dia 10 de julho o PLC 53/2018, proposta de lei que regulamenta como as empresas ou setor público poderão coletar e tratar os dados dos usuários na Internet. Aprovado também no Congresso, agora o texto segue para a sanção do presidente Michel Temer

A proposta, do deputado Milton Monti (PR-SP), garante maior controle dos cidadãos sobre suas informações pessoais, definindo os casos em que estes dados poderão ser tratados por empresas ou setor público. O texto também exige que os usuários sejam avisados quando alguma aplicação usa seus dados e obriga a oferta de opções para o usuário visualizar, corrigir e excluir esses dados. O texto prevê a também criação de um órgão regulador: a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), vinculada ao Ministério da Justiça.

Entretanto, o que isso representa para as empresas que dependem da Internet para atrair e conquistar clientes? O que isso muda em suas estratégias, bastante calçadas no uso de dados para estabelecer métricas e buscar resultados? Bem, é algo bastante importante.

A lei demandará uma nova postura das empresas, mais aberta e transparente, para se comunicar com o consumidor. Por exemplo, desenvolvedores de apps terão que ter o consentimento do usuário para usar suas informações, seja qual a finalidade.

E mais: qualquer uso que for realizado com estes dados - seja CPF, localização, e-mail, nome, endereço e outros - terá que ser discriminado ao usuário. O tratamento de dados pessoais para a prática de discriminação ilícita ou abusiva, que acontece quando informações são cruzadas para usos comerciais que não foram avisados previamente ao usuário, agora é uma infração legal. Um exemplo? Recentemente, um site de pesquisa para preços de viagem disponibilizou preços diferentes de passagem para seus usuários, baseados em informações de geolocalização. Com a nova

regulamentação, ações como essa poderão render multa de até R\$ 50 milhões, além da proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas ao tratamento de dados. A PLC 53/2018 alinha a regulamentação proteção de dados brasileira com as principais do mundo, como a GDPR na Europa, garantindo a privacidade dos usuários e tornando as empresas digitais brasileiras mais atraentes para investimentos internacionais. Para as empresas que estabelecerem suas regras de compliance corretamente, essas regras poderão favorecer o jogo, transformando dados em ativos valiosos. Contudo, a transparência será vital para as organizações.

Estas mudanças geram reflexos até nas funções desempenhadas dentro de uma companhia. Um novo papel que surgirá é o do Privacy Officer, responsável pela atividade vinculada à privacidade e proteção de dados em uma empresa. Misturando conhecimentos de tecnologia e direito, este profissional determinará a obrigação de comunicação à imprensa e usuários sobre casos de vazamento de informações, o que deverá impactar setores vinculados ao gerenciamento de riscos e compliance.

Em empresas menores, como startups e desenvolvedores de apps, talvez não existirá um funcionário dedicado apenas ao cargo de Privacy Officer. Entretanto, será uma função indispensável para estabelecer as melhores práticas e garantir que toda aplicação esteja de acordo com a nova regulamentação. Contar com um parceiro especializado em compliance e segurança também se tornará uma opção válida para estas empresas.

Com a aprovação do projeto, é importante que as empresas se adequem ao novo ordenamento jurídico, informando-se sobre as novas regras e também adotando as melhores práticas de segurança da informação em seus sistemas, evitando possíveis surpresas desagradáveis. Aos poucos, os usuários também ficarão mais cientes de seus direitos e deveres no uso de plataformas online, e as empresas que estiverem "antenadas" terão uma importante vantagem comercial.

(\*) É diretor do IT2S Group.

# A nova realidade das redes corporativas

Veja como e porque a Transformação Digital já tem feito com que grandes empresas precisem renovar suas redes e estruturas de tecnologia

Rodrigo Alabarce (\*)

Cada vez mais comentada e discutida, a Transformação Digital vem impondo uma série de mudanças às rotinas das empresas. Por isso, embora este seja apenas o começo de uma longa jornada, o fato é simples: quem precisa projetar o amanhã de uma operação deve colocar as áreas de TI estão em uma posição essencialmente estratégica dentro das corporações já a partir de hoje.

Motivos para acreditar nessa necessidade não faltam e vão desde a massificação da internet até o desenvolvimento de novas tecnologias. Dentro desse panorama, porém, podemos destacar 5 fatos que já estão acontecendo e que serão capazes de acelerar o processo de mudança das redes corporativas.

A primeira delas é o aumento do Tráfego IP, que tem crescido de forma vertiginosa e deverá chegar a 278 exabytes por mês até 2021 - atualmente são criados "apenas" 96 exabytes mensais (o que é muito quando comparado há dois anos, por exemplo). Isso significa que o aumento do tráfego de dados implica na obrigatoria modernização da infraestrutura das redes, tornando as áreas de TI mais capazes de suportar todo esse volume de informações.

A justificativa por trás desse avanço, aliás, inclui outra questão importante: a expansão do acesso à internet ao redor do planeta, e da esperada consolidação da Internet das Coisas (IoT). Sem dúvidas, estes são fatores essenciais para qualquer planejamento, mas que frequentemente passam ao largo das estratégias das empresas para o futuro de curto prazo.

Reunir mais consumidores e mais aparelhos inteligentes forçará, com o aumento subsequente de conexões de máquina-a-máquina (M2M), dia após dia, a carga de dados gerada na Web e, por sua vez, exigirá novas posturas e estratégias das companhias, para assegurar o melhor aproveitamento das estruturas, integrações, dados e equipamentos.

Ainda nesse contexto, vale lembrar o terceiro ponto dessa lista, que é o fato de que o Wireless e o Mobile estão prestes a se tornar fonte número 1 de acessos à rede mundial de computadores, mesmo no ambiente corporativo. Segundo dados do relatório Visual Networking Index (VNI), de nossos parceiros da Cisco, a



porcentagem de ligações gerais à web, em 2021, será de 53%, para o Wi-Fi; 20%, vindos de Celulares; e 27%, com origem cabeada.

Para as empresas, essa questão representa diversos desafios e oportunidades. Por exemplo: uma das consequências da conexão móvel é o aumento das discussões sobre a flexibilização do trabalho, com a tomada de decisão mais rápida e de qualquer lugar; por outro lado, essa alta disponibilidade significa uma elevação da demanda por controle e segurança das instalações.

Outro ingrediente a ser considerado é que a rede de dados e voz da companhia não está mais centralizada e precisa se relacionar com diferentes pontos de ação, espalhados por inúmeros espaços, formas e condições. Ou seja: além de toda a estrutura interna, na qual os times já conhecem bem, o ambiente de TI também tem de ser preparado para atender fatores como a Nuvem, Virtualização, Hiperconvergência e as ligações M2M do IoT.

Evidentemente, todo esse conjunto não é um problema. Na verdade, é algo já em curso e irreversível, em que os gestores de tecnologia terão de adequar suas redes (querendo ou não). Isso porque, por exemplo, o tamanho médio dos ataques DDoS (Distributed Denial of Service), um dos mais utilizados atualmente, deverá se aproximar de 1,2 Gbps, até 2021 — o suficiente para deixar a maioria das organizações completamente offline.

Quer dizer que o risco, então, vem só das chances de um ataque cibernético? Não. Essa é apenas uma das pontas desta realidade que vem impondo dezenas de cuidados e transformações para o gerenciamento de redes como um todo. E fator que coloca a Segurança como uma razão a ser ainda mais considerada, em qualquer situação.

Para se adequar a realidade colocada em jogo pelos pontos citados, os departamentos de TI precisam procurar opções que melhorem o desempenho e capacidade de atendimento de seus datacenters e redes. A ideia é criar formas práticas de gerenciar a tecnologia, criando formas mais inteligentes e hiperconvergentes de gestão de recursos.

E esse movimento precisa começar agora.

(\*) É CEO da Nap IT- Global Network Solutions, empresa parceira da Cisco no Brasil.

## A nova onda das Fintechs: maquininhas de cartão para nichos e a revolução no mercado de pagamentos

A prestação de serviços financeiros deixou de ser algo restrito apenas às grandes instituições. Houve um tempo em que ter acesso a maquininhas de cartão era exclusividade de grandes redes varejistas ou lojas com grande volume de compras. Para o pequeno lojista, o único meio de pagamento conhecido era o papel, ou seja, o dinheiro vivo. Mas a revolução do efeito "moderinha" mudou isso. As fintechs, empresas inovadoras com foco em tecnologia financeira, vieram para democratizar os meios de pagamentos, como as maquininhas de cartão.

O mercado de pagamentos é revolucionado dia após dia. As transações realizadas por cartão tiveram um crescimento de 5%, conforme pesquisa Beyond Cashback: Credit Cards and The Premiumisation of Consumer Payments, da Euromonitor International. Esse crescimento é mais acelerado do que os proventos recebidos em espécie. Com a popularização das fintechs, a área ficou exposta e trouxe à luz uma demanda que era, até então, pouco explorada pelas empresas: as soluções de pagamentos físicas - ou maquininhas de cartão.

Com isso, diversas empresas de tecnologia em pagamentos começaram a atuar em nichos que até então eram desconsiderados pelos tradicionais players do setor de pagamentos. O pequeno varejista, que não era atendido por não contar com uma solução de pagamento adequada para o seu perfil, passou a ter uma opção. A possibilidade de ter uma máquina de cartão específica para sua necessidade tornou-se uma realidade.

As novas companhias de tecnologia financeira conseguiram entender melhor as necessidades desse nicho de micros e pequenos empresários e a solução que o melhor atendem. Se formos olhar para o B2B (negócios entre empresas), há diversas companhias que possuem uma rede de pequenos estabelecimentos ou de pequenos vendedores que podem se beneficiar diretamente criando sua própria solução de pagamento.

Com soluções customizadas, as fintechs podem oferecer para empresas de fornecimento ou de distribuição que possuam uma rede própria de pequenos empreendedores individuais,



como vendedores diretos, uma solução de pagamento que atenda perfeitamente às necessidades daquele segmento. Desta forma, une-se o útil ao agradável, com uma solução de pagamento específica para o nicho de atuação.

Alguns exemplos desses nichos são as franquias,

as empresas que vendem ingressos, as empresas de venda direta, os atacados e distribuidores, entre outras. Essas empresas podem criar suas próprias maquininhas de cartão e assim oferecer seu próprio meio de pagamento para sua rede de estabelecimentos ou de pequenos vendedores, proporcionando uma experiência melhor para sua cadeia. Tudo isso a partir de um parceiro tecnológico estratégico, que oferece a solução.

Um exemplo mais claro de como uma solução própria e customizada de pagamento pode auxiliar um nicho específico: uma empresa de venda direta pode oferecer seu próprio meio de pagamento integrado à sua solução para seus revendedores. Além do ganho financeiro, a rede de revendedores se beneficia com taxas melhores e prazos maiores de pagamento, zerando a inadimplência da empresa de venda direta. Esse é o desafio. Quebrar paradigma, dando poder para que empresas entreguem soluções muito além de processamento de transações e serviços tradicionais.

Com essa democratização, chega ao fim uma era de negligência com os tradicionais lojistas menores e outros nichos de atuação, que sofriam com os altos valores praticados nas soluções de pagamento ofertadas pelos grandes players.

Ainda há uma barreira enorme de entrada no mercado financeiro e de pagamentos para o desenvolvimento de soluções, porém já é possível encontrar a infraestrutura para essa mudança. Dessa maneira, qualquer empresa pode se tornar uma fintech, gerando valores para os seus clientes e tornando esse mercado cada vez mais forte.

(Fonte: Thiago Arnese é sócio-fundador da Hash lab, empresa de tecnologia para o ecossistema de meios de pagamentos. <https://hashlab.com.br/>)

## News @TI

### Senior contrata para 67 oportunidades de trabalho

@A Senior, uma das maiores desenvolvedoras de tecnologia para gestão empresarial do Brasil, anuncia 67 vagas para a contratação de colaboradores e parceiros comerciais. As oportunidades disponíveis são para trabalhar na sede da empresa, em Blumenau (SC), além de filiais nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná. Podem se candidatar profissionais graduados e graduandos em Tecnologia, Sistemas da Informação, Ciências da Computação, Ciências Exatas, Economia, Administração, Marketing, Comunicação e áreas afins, que tenham interesse em atuar em projetos de desenvolvimento de sistemas nas áreas de PMO, Sistemas, Gestão Empresarial, Gestão de Pessoas, Acesso e Segurança, Serviços, Comercial, Comunicação, Mercado e Tecnologia. A qualidade das soluções da Senior é resultado dos profissionais que fazem parte de seu time. Por isso, a empresa está atenta aos talentos que usam, buscam desafios e dominam novas áreas de conhecimento. A Senior também acredita em igualdade e diversidade de talentos. Por isso, todas as oportunidades da empresa estão abertas a pessoas com deficiência. Mais que processos e ferramentas, a organização acredita em indivíduos e interações, que tenham como missão responder rapidamente às mudanças e sempre inovar. Os interessados devem cadastrar seu currículo na área de Carreiras no site da empresa.

### Inscrições abertas para a Semana de Computação do ICMC

@Estão abertas as inscrições para a 21ª Semana de Computação (Semcomp21) do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos. O evento tem o objetivo de complementar a formação do aluno da área de computação, oferecendo contato com diversos temas atuais que nem sempre são abordados durante a graduação por meio de palestras, minicursos e atividades culturais. As atividades acontecem no ICMC de 10 a 17 de agosto e a expectativa é que participem em torno de 700 estudantes. Todas as atividades são abertas ao público e para participar basta fazer a inscrição gratuitamente até o dia 10 de agosto, pelo site [semcomp.icmc.usp.br](http://semcomp.icmc.usp.br). Quem deseja participar dos minicursos precisa pagar uma taxa de R\$ 45, que dá direito a fazer dois deles. O participante também pode adquirir o plano que dá acesso a todos os coffe-breaks do evento, por R\$ 65. Até o dia 31, as inscrições terão um desconto de R\$5.