

Sem segurança não há crescimento

 dinheirovivo.pt/opiniao/sem-seguranca-nao-ha-crescimento-12995366.html

3 de novembro de 2020

Em outubro assinalou-se o mês europeu da cibersegurança. A iniciativa, promovida pela Agência Europeia de Cibersegurança (ENISA) com o intuito de alertar para os riscos de segurança de "viver" no mundo online e promover boas práticas, permite colocar o foco no tema da segurança e é, sem dúvida, uma ação que aplaudimos e apoiamos, mas a realidade portuguesa exige mais.

Já lá vão cerca de oito meses desde que, por força da covid, muitos portugueses foram mandados para casa em teletrabalho. Foram meses duros e muitas organizações não resistiram. Algumas perceberam que a segurança digital anda de mãos dadas com a transição digital e colheram os frutos da aposta continuada e estratégica em (ciber)segurança, o que lhes valeu, por um lado, o reforço da confiança dos clientes e, por outro, a tranquilidade e continuidade dos serviços num período particularmente conturbado. A grande maioria, contudo, acelerou a transição digital, descurando a segurança na expectativa de que, mais tarde ou mais cedo, "tudo voltasse ao normal". Mas não voltou. O mundo mudou, e nunca mais será o mesmo.

Este "novo normal", a que algumas organizações criaram resistência, veio para ficar. O teletrabalho vai continuar a ser a realidade dos próximos meses. Temos agora a possibilidade de aprender com a experiência do passado recente e a responsabilidade de fazer melhor e isso passa por colocar a cibersegurança no topo das prioridades, sendo que esta nada mais é do que uma dimensão da segurança e, como todos sabemos, sem segurança não há crescimento.

Praticamente toda a população portuguesa (83%) é utilizadora de internet, segundo os dados de janeiro deste ano. A isto acresce a regularidade com que o faz. O mais recente relatório sobre o tema do JRC (Comissão europeia) indica que os portugueses gastam em média, por dia, 2 horas e 09 minutos, só em redes sociais. Mas, se atendermos aos dados de janeiro, em que é contabilizado o tempo global na internet e não só nas redes sociais, cada português passa, diariamente, pelo menos 6 horas e 38 minutos online.

Não me cabe fazer qualquer tipo de julgamento sobre o tempo que cada cidadão passa no mundo online. Para mim, aliás, muito em virtude do meu trabalho, considero esta mudança, apesar de acelerada, perfeitamente natural, fruto do processo de globalização em curso, altamente ligada à revolução digital que atravessamos e que muito precisamos para melhor responder à pandemia.

Cabe-me, contudo, alertar para os riscos que os factos claramente apontam. Essas horas passadas online são também horas de exposição ao cibercrime. Tal como nós, também muitos criminosos estão mais online, pois também eles fizeram esta transição para o digital. Até porque, convenhamos, a prática do crime online permite ao criminoso ser mais bem-sucedido: lucra mais do que no crime tradicional, de maneira mais fácil e é

mais difícil ser apanhado. Desde o início da pandemia, aliás, aproveitando-se da transição digital inesperada e prematura a que muitas organizações foram sujeitas, mas também da falta de resiliência em cibersegurança que já tinham, muitas empresas portuguesas foram digitalmente "assaltadas" e perderam enormes quantias de dinheiro.

Obviamente que a solução não passa por regredir e voltar novamente ao papel. Passa por, tal e qual como se fez em resposta ao crime tradicional, encontrar soluções para que não tenhamos de viver fechados em casa com medo de ser assaltados.

Implementar um conjunto de medidas de cibersegurança permite-nos usufruir deste admirável mundo novo digital sem medo e com o devido conhecimento e preparação. Permite-nos, ainda, crescer e responder a um mercado onde a concorrência é cada vez mais apertada. Permite-nos responder melhor aos nossos clientes, fidelizá-los, ter a sua confiança. É preciso a mesma postura e coragem que tivemos ao decidir saltar rapidamente para o mundo digital de forma a responder às novas necessidades do mercado face às condicionantes deste também novo período que vivemos. Basta reconhecer o problema e querer dar o passo estratégico de colocar o tema da cibersegurança na gestão de topo.

Bruno Castro, CEO da Visionware