

89 – Julho 2007

## Proteja sua imagem virtual

Empresa sem website e usuário sem email já são casos raros nos dias de hoje. Significa dizer que tanto empresas quanto pessoas têm demonstrado cada vez mais interesse em ter uma imagem virtual, um ponto de presença na Internet e, com isso, extrair os benefícios trazidos por este ambiente.

Para um grande grupo de empresas, a operação eletrônica via Internet já representa financeiramente mais, do que a tradicional operação física, deixando de ser apenas mais um canal de negócio alternativo para se tornar um dos mais lucrativos e promissores. As pessoas, por sua vez, não ficam atrás. Muitas já colecionam endereços de email e ambientes de publicação de conteúdo como blogs e fotoblogs, além de interagirem ferozmente em redes de relacionamento, fóruns, ambientes de mensagem instantânea, bem como em conversas de voz sobre IP.

Motivadas pelo potencial de interação da Internet associado ao entusiasmo pelas novas aplicações e tecnologias, as pessoas, de uma forma geral, acabam criando uma grande confusão de valores. Há uma alarmante perda de referência sobre o que realmente pode ser dito, escrito, compartilhado e especialmente, com quem se pode fazer tudo isso. Como resultado, vemos usuários expondo suas vidas privadas ao extremo e assumindo riscos sem fundamento.

Posso ser taxado de repetitivo, dado o número de vezes que mencionei a análise riscos. Porém, mais uma vez ela é importante, mesmo tratando-se de pessoas e decisões particulares. Como indivíduos, mesmo sendo tão diferentes uns dos outros, estamos inseridos em um contexto social interativo, onde existe uma relação de causa e efeito ligando o virtual ao real que devemos conhecer e aprender a tirar proveito. Pode parecer exagerada a valorização dos impactos que a falta de proteção da sua imagem virtual pode lhe trazer, mas não podemos esquecer que o que é tolerável para um indivíduo, pode não ser para o outro, o que faz toda diferença no momento de decidir seu comportamento online.

Enquanto navegar por sites “adultos” possa parecer compreensível para um adolescente que começa a descobrir a vida aos quinze anos, o mesmo comportamento, se cometido por um pai de família, pode no mínimo, gerar um desconforto conjugal. Em se tratando ainda de uma pessoa pública, o impacto potencial aumenta, podendo ferir sua reputação e comprometer publicamente sua imagem. Como é possível perceber, a Internet e a imagem virtual que se constrói através dela, não pode ser encarada como um cartucho de videogame que pode ser interrompido quando não se tem mais paciência, e retomado quando o fôlego voltar.

A imagem virtual não se compra ou se constrói de um dia para o outro. Pelo contrário. Ela é o resultado das suas pegadas ou registros de uso que você faz da grande rede. Quanto mais tempo se usa a rede e se interage com ela, mais longa é sua história virtual, seu registro, o que também significa dizer que se você preservar uma boa conduta por um longo período,

mais consolidada será a percepção de integridade que terão de você. Em contrapartida, mesmo tendo anos de vivência virtual, bastarão apenas alguns minutos de desvios de conduta para ver sua reputação desmoronar.

Assim, diante de tantos riscos e do movimento irresistível de fazer parte da revolução digital, ousou compartilhar algumas dicas que me parecem eficientes e têm norteado muitos dos meus passos na Internet. Espero que possam lhes ser igualmente úteis.

- Não tente construir uma imagem virtual de forma premeditada e, principalmente, que não reflita a realidade. Não tente ser quem não é. Você não conseguirá sustentá-la por muito tempo e o tombo será inevitavelmente grande e doloroso.
- Procure transportar e aplicar as mesmas regras de convivência, ética e educação que você adota no mundo real, também no mundo virtual. Na verdade, as pessoas continuam lá, apenas o meio usado para interagir com elas é que mudou.
- A Internet é um ótimo veículo para comunicação e marketing de uma forma geral, mas não premedite ações de marketing. Apenas aja naturalmente e seja você mesmo. Se o que você for na íntegra, e o que você produzir for algo de valor para a comunidade, a própria rede se encarregará de gerar o marketing positivo e replicá-lo.
- Proteja sua privacidade e respeite o limite da sua tolerância à exposição. Não se deixe atrair pelos encantos da tecnologia onde é praticamente possível digitalizar e compartilhar tudo, e onde é potencialmente factível - apesar de não ser necessariamente bom - se tornar famoso com o clique do mouse. A vida virtual se mistura com a real e não é feita de fatos isolados, mas da sucessão de fatos que se interligam. Na realidade, para efeito de ilustração, o marido mais romântico do Youtube, por exemplo, pode se tornar rapidamente o mais indesejado profissional do mercado se houver algum conflito de comportamentos.
- Em teoria, todos podem ver tudo que se coloca voluntária ou involuntariamente na Internet. É mesmo um grande mural público aparelhado com modernas ferramentas de busca capazes de rastrear o mais escondido dos conteúdos. Significa dizer que até mesmo um pequeno comentário feito por você há anos em um blog familiar, pode continuar acessível aos usuários da rede, o que nos permite dizer que o passado continua presente e pode ser usado também contra você no futuro. Por isso, todo cuidado é pouco ao postar qualquer tipo de informação na Internet.

Ainda há muito mais para se falar sobre identidade, imagem virtual e proteção, mas de forma resumida e conclusiva, recomendo aos iniciantes cautela no uso da rede através da adoção de uma postura equilibrada, em que a verdade, a ética, o cooperativismo, a legitimidade, e o bom senso são verdadeiros fatores críticos de sucesso.

*Marcos Sêmola é Diretor de Operações de Information Risk da Atos Origin em Londres, CISM, BS7799 Lead Auditor, PCI Qualified Security Assessor; Membro fundador do Institute of Information Security*

*Professionals of London. MBA em Tecnologia Aplicada, Professor da FGV com especialização em Negociação e Estratégia pela London School, Bacharel em Ciências da Computação, autor de livros sobre gestão da segurança da informação e inteligência competitiva. Visite [www.semola.com.br](http://www.semola.com.br) ou contate [marcos@semola.com.br](mailto:marcos@semola.com.br)*

SÊMOLA