



Gestão das informações internas: quando a propaganda não é a alma do negócio.

*Odilon Medeiros**

Nem sempre a propaganda é a alma do negócio. Muitas vezes a sobrevivência das empresas, dos projetos, das relações, entre outros, dependem do sigilo. Estranha afirmação, não? Mas, é a pura verdade. Vamos comprovar...

Atualmente as empresas investem valores altíssimos em tecnologia para proteger as informações dos seus clientes. Este é um exemplo onde o sigilo deve prevalecer.

Como deve ser do conhecimento geral, em toda a história da humanidade nunca o ser humano obteve tantas informações, vindas das mais diversas fontes. Lidar com elas nem sempre é uma tarefa fácil. Principalmente no trabalho, pois, nos mais diversos segmentos, existem colaboradores que estão lidando com informações confidenciais dos clientes. Sabemos que a manutenção do sigilo, é uma responsabilidade da empresa. Mas como os gestores estão lidando com esta situação? Eles estão preparados para evitar, previamente, que as informações dos clientes tornem-se públicas ou estão agindo de forma reativa?

É importante destacar que, normalmente, o sistema não falha. A maior parte das falhas na segurança é gerada pelas pessoas (dos clientes, mas também dos colaboradores). Os hackers, por exemplo, só acessam as informações, por que, alguém, em algum momento, falhou.

Entretanto não é só através destas falhas que as informações podem vazarem.

Muitas vezes um comentário desprezioso, realizado entre um colaborador com uma pessoa de sua confiança, feito em local público, pode despertar o interesse de uma terceira pessoa, que pode sequer nem estar participando do diálogo. Mesmo que não haja demonstração explícita, a conversa pode ser uma fonte de informações para pessoas mal intencionadas.

Falta de cuidado com as informações, como a impressão de um determinado relatório deixado sob a mesa ou a falta de orientação sobre a relação com a imprensa também podem causar danos na imagem da empresa ou do gestor.

Para evitar que essas situações (e outras não citadas) aconteçam, é importante elaborar um programa de gerenciamento seguro das informações, mas que esteja além das ferramentas tecnológicas utilizadas para esse fim, como a biometria, a criptografia e tantas outras. Neste programa haveria foco nos aspectos comportamentais dos colaboradores.

Diferente? Talvez. Difícil? Nem tanto. Uma opção seria iniciar todo o processo de forma proativa, elaborando um programa de conscientização do seu pessoal. Esse programa poderia ser elaborado mostrando a importância de manter sigilo com o trabalho. Nele, o gestor deve reforçar os benefícios e não as punições. Os aspectos éticos também devem estar presentes.

O conteúdo poderia ser obtido tomando como base os casos vividos na empresa ou fora dela. Sempre apresentando o ato e as consequências. Uma boa dica é pedir que os colaboradores apresentem a maneira como a situação poderia ter sido evitada através de ações prévias.

É interessante usar a empatia. Perguntar ao colaborador: como você se sentiria se, ao contratar uma determinada empresa, tivesse os seus dados sigilosos divulgados? Mostrar que essa é a mesma sensação que o cliente apresenta e fica registrado na memória (ou nos arquivos) dele.

Para reforçar, é importante discutir com o colaborador o contrato estabelecido entre a empresa e o cliente, que deve ser honrado.

Ainda neste processo de construção coletiva, e para integrar o gerenciamento seguro das informações, é recomendado que sejam elaboradas políticas e normas que visem, principalmente, a educação dos colaboradores. Reforçando que, quando os colaboradores participam do processo, se sentem responsáveis e se esforçam para que funcione bem. Situação bem diferente de uma imposição...

Mesmo assim, e apesar disso, é importante deixar o pessoal ciente de que, de acordo com o Código Penal Brasileiro, a divulgação de informações sigilosas é crime. E que, para ser considerado como tal, é necessário, muitas vezes, apenas um simples comentário com pessoas que não estejam envolvidas no processo.

O leitor deve observar que em nenhum momento se buscou encontrar culpados. Buscou-se encontrar soluções. Afinal, isso é que é importante e deve ser divulgado.

(*) Odilon Medeiros - Mestre em Administração, Especialista em Psicologia Organizacional, Coach, Pós-graduado em Gestão de Equipes, MBA em Vendas, consultor e palestrante.
www.odilonmedeiros.com.br / E-mail: om@odilonmedeiros.com.br

NOTA DO AUTOR:

Este artigo poderá ser editado desde que o contexto e a opinião do autor sejam mantidos. Poderá ainda ser publicado em qualquer veículo sem que isso represente a necessidade de pagamento ou outras obrigações por quaisquer das partes envolvidas, porém, a empresa ou qualquer pessoa física que faça a publicação, deverá obrigatoriamente citar o autor.