

Vazamento de dados do Nubank e a reputação da empresa

Recentemente foi publicada notícia nos principais veículos sobre a exposição de dados dos clientes do Banco Digital Nubank.

O pesquisador de segurança Heitor Gouvêa descobriu a falha ao utilizar os sites de pesquisa, como google, no qual era possível encontrar links com nome completo, CPF e número da conta dos clientes da empresa. Esses links eram indexados pelo google pela função cobrar do banco que permite enviar QR Code com os dados e valor a ser transferido.

O banco digital resolveu o problema bem rápido assim que foi comunicado. Aparentemente, o incidente de segurança da informação foi um deslize. A empresa ainda declarou que: “o Nubank reforça que a segurança é uma prioridade e que toma todas as precauções necessárias para manter a integridade das contas de seus clientes e para que nenhuma informação confidencial seja colocada em risco.”

Bom deixar claro, que as informações vazadas não permitem roubo ou acesso às contas dos clientes do Nubank, mas os dados podem ser usados para fraudes ou ciberataques.

Explicado o caso, vamos analisar as consequências do vazamento de dados. Usei exemplo do banco, mas é cada vez mais frequente notícias semelhantes nos diversos setores.

No entanto, a maior fragilidade para as empresas fica por conta da reputação e imagem da sua marca. A reputação da empresa é um dos pilares de sustentação na economia digital e da sociedade da informação.

A ética, integridade, confiança e segurança é fundamento para os negócios atuais, principalmente para os digitais.

Pense comigo, se o Facebook sofreu notória perda de popularidade e do valor das ações nas bolsas de valores por conta do caso da Cambridge Analytica, imagina isso em um negócio menor? Pode ser o fim de uma empresa.

Isso porque nem entrei no mérito das possíveis demandas administrativas, judiciais e envolvimento do Ministério Público. Que serão acrescidos ainda mais com a vigência da Lei Geral de Proteção de dados agregando sanções punitivas e multas significativas.

Um exagero, talvez sim ou talvez não! Apenas resta a lembrança que as notícias viralizam numa urgência se freios e a internet não te dá o direito do esquecimento. A notícia sempre estará printada nos mecanismos de pesquisa, ao digitarem a marca da empresa.

A pergunta é? Será que vale a pena arriscar a imagem da sua empresa?

O vazamento de dados e principalmente a falta de cuidado com a proteção dos dados pessoais vai além das demandas judiciais, porque pode abalar a imagem, a reputação e o valor das empresas no mercado.

Escrito por Fabíola Grimaldi

