ANA MARIA FRANCHON

A inclusão digital como estratégia e política de gestão de Relações Públicas em organizações privadas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Interfaces Sociais da Comunicação, Linha de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch.

São Paulo

2009

ANA MARIA FRANCHON

A inclusão digital como estratégia e política de gestão de Relações Públicas em organizações privadas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Interfaces Sociais da Comunicação, Linha de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch.

São Paulo

2009

Banca Examinadora

Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch
Orientadora

1º Membro da Banca Examinadora

2º Membro da Banca Examinadora

Dedicatória

Aos meus pais, Luiz Antonio e Maria José, por acreditarem em meu potencial e investirem em minha formação intelectual e enquanto ser humano.

Ao meu irmão, Luiz Henrique, por fazer com que eu sempre me sinta uma pessoa especial e à companhia alegre e silenciosa de Luana Maria.

A todos os meus tios, tias e primos, por perdoarem a minha ausência nos últimos meses. Em especial ao meu padrinho Edson Higo, pelas conversas frutíferas, compartilhamento de artigos e por todo o incentivo na minha vida acadêmica. Também à minha avó Maria Barbieri, exemplo de mulher a ser seguido.

Às minhas amigas especiais, Luciana Alves, Amanda Campina e Evy Hannes, cúmplices e testemunhas das minhas vidas.

A todos os meus colegas de trabalho, Sonia Nakao, Luciana Zaniboni, Benedito Baral, Débora Hanashiro, Suzi Garcia, Wagner Victorino, Denys Vinícius, Diana Cairers, Maria Esther, Rosemary Benini, Melisa Barros, Adriana Conceição e Camila Patrícia, pela compreensão sobre minhas ausências. Ao meu gerente Felipe Mendonça, por todo o apoio inestimável nesta reta final.

Um agradecimento especial à Profa. Dra. Margarida Kunsch, que acompanha minha trajetória acadêmica há doze anos, desde meu ingresso na graduação, me indicando para meu primeiro estágio, orientando meu ingresso na especialização, pelos mais de dois anos na Alaic e Abrapcorp, pelo apoio no ingresso na Petrobras e por acreditar no meu potencial para prosseguir com o Mestrado. À minha “mãe” acadêmica, meus sinceros agradecimentos.

Aos professores da Escola de Comunicações e Artes, também presentes em minha vida acadêmica e profissional, fontes de inspiração para meus pensamentos.

Resumo

O século XXI é marcado pela centralidade das novas tecnologias da informação e da comunicação e da tríade informação, comunicação e conhecimento. Diante da análise do cenário, pretende-se entender porque organizações privadas desenvolvem projetos de inclusão digital como diferencial estratégico e política de gestão de Relações Públicas.

Durante a parte teórica, foram comparadas diversas teorias de estudiosos da atualidade sobre o cenário da era “pós-moderna” e a inclusão digital. O trabalho ainda conta com o estudo de caso sobre o Comitê para Democratização da Informática e quatro empresas parceiras mantenedoras dos projetos sociais da entidade.

Apesar de o cenário apontar claramente o caráter estratégico assumido pela tecnologia digital, a atuação das empresas mantenedoras na divulgação dos projetos, via Internet, ainda é tímida. No entanto, todos os projetos de inclusão digital estavam estrategicamente relacionados à razão de ser do negócio, local de atuação e às diretrizes corporativas.

Palavras-chave: Era da Informação, Tecnologia, Estratégia, Relações Públicas e Inclusão digital.

Abstract

The 21st century mainly features are the new information and communication technologies and the triad information, communication and knowledge. On the behalf of the analysis of the scene, this study intends to understand why private organizations develop projects of digital inclusion as strategies and politics of management of Public Relations.

During the theoretical part, there were compared several theories of renamed authors of the present time, on the scene of the “post-modern” age and the digital inclusion. Besides, this study presents a case study on the Committee for Informatics Democratization and four supporters companies of the social projects of the entity.

Although the scene clearly points to the strategically character assumed by the digital technology, the performance of the supporters companies in the spreading of the projects, via Internet, still is shy. However, all the projects of digital inclusion were strategically related to the core business, place where companies have influence and linked to the corporative lines of direction.

Key words: Information Age, Technology, Strategy, Public Relations and Digital Inclusion.

Resumen

El siglo XXI es marcado por la centralidad de las nuevas tecnologías de información y de la comunicación y por la tríada información, comunicación y conocimiento. Delante del análisis de la escena, este estudio se prepone entender porqué las organizaciones privadas desarrollan proyectos de inclusión digital como estrategias y políticas de gestión de las Relaciones Públicas.

Durante la parte teórica, se comparó varias teorías de estudiosos de la actualidad, en la escena de la edad “postmoderna” y sobre la inclusión digital. Además, este estudio aún presenta un estudio de caso en el Comité para la Democratización de la Informática y cuatro compañías financieras de los proyectos sociales de la entidad.

Aunque la escena señale claramente al carácter estratégico presunto por la tecnología digital, la actuación de las compañías financieras en la divulgación de los proyectos, vía Internet, sigue siendo tímida. Sin embargo, todos los proyectos de inclusión digital fueron estratégicamente relacionados con el negocio principal, actúan en el mismo sitio donde están sus filiales y están conectados a las directrices corporativas.

Palabras clave: Era de la Información, Tecnología, Estrategia, Relaciones Públicas y Inclusión Digital.

A inclusão digital como estratégia e política de gestão de Relações Públicas em organizações privadas

Sumário

Introdução.....	09
1. Delimitação do problema da pesquisa e objeto de estudo.....	09
2. Justificativas.....	10
3. Objetivos.....	11
4. Metodologia.....	12
4.1. Pesquisa bibliográfica.....	12
4.2. Premissas.....	13
4.3. Método.....	13
Capítulo 1: Pilares para a construção de estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas: a Era da Informação em Rede.....	15
1.1. Sobre a globalização.....	19
1.2. A nova organização social: a sociedade da informação em rede.....	22
1.3. A tecnologia e a Internet.....	28
1.3.1. O outro lado da história: a muralha digital.....	31
1.4. A economia da informação em rede.....	33
Capítulo 2: A evolução do mundo do trabalho.....	38
2.1. Algumas tendências sobre o trabalho e o emprego.....	41
2.2. Aprendizado e trabalho.....	47
Capítulo 3: O papel da Comunicação nas organizações “pós-modernas”: estratégias e políticas de gestão em Relações Públicas.....	52
3.1. Relações Públicas: funções essenciais.....	57
3.1.1. Função administrativa.....	58
3.1.2. Função estratégica.....	59

3.1.3. Função mediadora.....	62
3.1.4. Função política.....	63
Capítulo 4: Inclusão digital: cidadania, direitos humanos e inclusão social	66
4.1. As organizações privadas e a inclusão digital.....	76
Capítulo 5: Estudo de caso: organizações privadas que apóiam o CDI – Comitê para Democratização da Informática.....	84
5.1. Dados coletados.....	86
5.1.1. Comitê para Democratização da Informática (CDI).....	86
5.1.1.1. Missão.....	88
5.1.1.2. Visão.....	88
5.1.1.3. Valores.....	89
5.1.1.4. Estrutura.....	89
5.1.1.5. Proposta político-pedagógica.....	89
5.1.1.6. Recursos financeiros.....	90
5.1.1.7. Entrevista com colaborador do CDI.....	91
5.1.2. Grupo Light.....	96
5.1.2.1. Missão.....	96
5.1.2.2. Valores.....	96
5.1.2.3. Grupo Light e o CDI.....	97
5.1.3. Vale.....	97
5.1.3.1. Missão.....	98
5.1.3.2. Visão.....	99
5.1.3.3. Valores.....	99
5.1.3.4. A Vale e o CDI.....	100
5.1.4. Accenture.....	100
5.1.4.1. Valores.....	101
5.1.4.2. Accenture e o CDI.....	101
5.1.5. Philips.....	103
5.1.5.1. Missão.....	103
5.1.5.2. Visão.....	103
5.1.5.3. Valores.....	103

5.1.5.4. A Philips e o CDI.....	104
5.2. Análise e interpretação dos dados coletados.....	105
Considerações finais.....	112
Referências.....	113

Introdução

A sociedade da informação em rede e toda a complexidade do cenário da era “pós-moderna”¹ implicam no estabelecimento de estratégias e políticas de gestão das Relações Públicas que considerem, prioritariamente, as mudanças em curso no novo cenário do mundo globalizado. Diante deste ambiente volátil, onde as mudanças são muitas e ocorrem em alta velocidade, o domínio do conhecimento crítico acerca das novas tecnologias torna-se diferencial na vida de qualquer cidadão, constituindo fator determinante para se obter o tão almejado reconhecimento profissional.

1. Delimitação do problema da pesquisa e objeto de estudo

O problema da presente pesquisa é: por que organizações privadas da atualidade adotam políticas sociais desenvolvendo projetos de inclusão digital como diferencial estratégico para a gestão das Relações Públicas?

O engajamento de organizações privadas e o aumento gradual de sua conscientização com relação ao papel social que elas naturalmente desempenham vêm sendo tema de diversos trabalhos do campo da Comunicação Social. Para esta pesquisa, o objeto de estudo estabelecido tem como foco compreender o desenvolvimento, por organizações privadas, de ações para fomentar a inclusão digital tanto no ambiente organizacional, como na comunidade de entorno, mas de maneira que estas ações constituam estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas. Ou seja, pretende-se analisar a questão não apenas do ponto de vista do papel social desempenhado por estas organizações, mas também o caráter estratégico e político destas ações sociais, significando conciliação de interesses entre organização e sociedade, com vantagens para ambas as partes.

¹ Tendo em vista que não há ainda um consenso entre os estudiosos sobre a formação de um novo período histórico, o termo “pós-modernidade” e suas derivações serão utilizados entre aspas, designando o conjunto de transformações pelos quais a sociedade vem passando desde o fim dos anos 1960 até os dias de hoje.

2. Justificativas

O termo inclusão digital pode ser definido como a democratização no acesso e no uso das novas tecnologias da comunicação e da informação, de forma a permitir a inserção dos cidadãos na sociedade da informação em rede. Porém, um incluído digitalmente não é apenas aquele que utiliza essa nova linguagem digital, mas, em particular, o usuário que se beneficia desta ferramenta para melhorar suas condições de vida. São dois os conceitos básicos das políticas de inclusão digital: a acessibilidade às novas tecnologias (*e-accessibility*) e a competência no uso e aplicação destas ferramentas para a qualidade de vida dos cidadãos na sociedade da informação em rede (*e-competences*). Logo, pode-se dizer que o conceito de inclusão digital está intimamente relacionado ao contexto social, político, econômico e ético em que vivemos e, portanto, trata-se de tema estratégico para as organizações da era do conhecimento.

No decorrer deste estudo, serão apresentados dados da pesquisa TIC Domicílios 2007 sobre o uso da tecnologia digital e da Internet no Brasil. Eles apontam que, apesar do crescimento contínuo no acesso às novas tecnologias da informação e da comunicação, a exclusão digital ainda é presente no país. Sabe-se que a maioria das iniciativas para reverter este quadro é dos governos federal, estaduais e municipais e do terceiro setor, sendo que o governo federal é o responsável pelo financiamento de 60% dos pontos públicos de inclusão digital.

Ainda segundo a pesquisa citada, o acesso à tecnologia e à Internet tem acontecido, em sua grande maioria, em ambientes não-domiciliares, seja nas *lanhouses*, telecentros ou nas empresas privadas, lugares onde as desigualdades nesta área podem ser combatidas e reduzidas mediante investimentos, inclusive, da iniciativa privada, setor do mercado de trabalho que absorve a maior parte da mão-de-obra disponível.

Na sociedade da informação em rede, pode-se dizer que a questão da introdução das novas tecnologias da informação (TICs) tem sido fator determinante para a formação do novo cenário mundial e, infelizmente, o Brasil ainda continua atrás tanto no desenvolvimento de novas tecnologias como na

democratização destas ferramentas, outra característica marcante desta nova sociedade.

Logo, não adianta apenas o fornecimento de equipamentos de informática para a população de baixa renda. Se a maioria das empresas, hoje, utiliza a Internet, os dados apontam para uma grande demanda por profissionais capacitados, treinados e com senso crítico para lidar com estas novas ferramentas, demanda esta que advém exatamente destas organizações.

A intenção é analisar a questão da inclusão digital como ferramenta estratégica e política de gestão da área de Relações Públicas de organizações privadas da atualidade. Sabe-se que é crescente a conscientização sobre o papel social das organizações e sobre o compromisso implícito que elas têm, por atuarem constantemente modificando o ambiente, em promover uma gestão de mão-dupla, atendendo não só seus interesses particulares, mas os interesses sociais também.

Hoje, podem-se identificar diversas pesquisas relacionadas ao engajamento social das organizações privadas com enfoque na necessidade de que elas convertam suas ações em benefício da sociedade com o objetivo de retribuir os impactos por ela causados. No entanto, poucos estudos relacionam as vantagens estratégicas na adoção de políticas de gestão de Relações Públicas que objetivem a inclusão digital como vantagem não somente para a sociedade, mas em especial atendendo aos interesses das organizações privadas.

3. Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é entender porque grandes organizações privadas desenvolvem projetos de inclusão digital destinados aos seus empregados e para a comunidade como diferencial estratégico e política de gestão de Relações Públicas.

Além disso, os objetivos específicos são:

- Traçar um panorama geral da sociedade da informação em rede para conhecer o ambiente onde estão inseridas as organizações da era “pós-

moderna”, cenário que é o pilar para qualquer estratégia de gestão de Relações Públicas;

- Analisar a evolução do mundo do trabalho, em especial após a introdução das novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) e as novas formas de trabalhar que foram possibilitadas pelas TICs, que também determinam estratégias e posicionamentos das organizações “pós-modernas”;
- Estudar a Comunicação na “pós-modernidade”, bem como as Relações Públicas e suas funções essenciais e específicas: administrativa, estratégica, mediadora e política;
- Verificar a interação existente entre inclusão digital e inclusão social, revisando conceitos de direitos humanos e cidadania;
- Analisar o caráter estratégico de ações de inclusão digital, bem como a adoção de políticas de gestão de Relações Públicas que considerem a inclusão digital como vantagem competitiva para organizações privadas por meio de estudo de caso.

4. Metodologia

4.1. Pesquisa bibliográfica

O quadro teórico de referência tomará como base os seguintes eixos temáticos:

- A “pós-modernidade” e sociedade da informação em rede;
- A evolução do mundo do trabalho, as novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) e as novas formas de trabalhar;
- O trabalho na “pós-modernidade” e o aprendizado;
- Comunicação na sociedade da informação em rede e funções essenciais das Relações Públicas;
- Responsabilidade social empresarial;
- Inclusão digital e inclusão social; direitos humanos, cidadania e desigualdades sociais.

4.2. Premissas

A premissa básica que norteia este estudo é a de que a grande maioria das ações de inclusão digital é financiada pelo Governo ou Organizações Não-Governamentais, sendo que o mercado de trabalho que absorverá a maior parte desta mão-de-obra são as organizações privadas. Ou seja, é estratégico no cenário da sociedade da informação em rede, para as empresas, investir mais em ações que valorizem a inclusão digital no sentido de educação digital e não apenas em ações filantrópicas de doação de equipamentos de informática. Assim, as questões desta pesquisa estão ligadas às políticas de gestão de Relações Públicas que consideram o caso específico da inclusão digital como fator estratégico de interesse tanto da sociedade como das próprias organizações.

4.3. Método

O método a ser utilizado será o estudo de caso, “[...] uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p.32). Este método possibilita uma melhor visualização da relação existente entre a teoria (apresentada até o momento) e a prática. Ainda segundo Yin (2001, p. 25), “[...] questões do tipo “como” e “por que” são mais explanatórias, e é provável que levem ao uso de estudos de casos, pesquisas históricas e experimentos como estratégias de pesquisa escolhidas”.

Para atingir o objetivo principal deste trabalho, o estudo de caso será realizado por meio de dados coletados em relatórios e números do CDI e de quatro empresas apoiadoras mantenedoras. Também foi aplicada uma pesquisa qualitativa com um dos coordenadores do CDI São Paulo.

Segundo Richardson (1999, p. 70), o método qualitativo não utiliza instrumentais estatísticos para a análise do problema da pesquisa. É um método que visa avaliar as informações com maior profundidade, considerando o contexto em que estão inseridas.

No primeiro capítulo será feita uma análise do cenário da era “pós-moderna”, procurando-se demonstrar as mudanças rápidas e numerosas do início do século XXI. Neste capítulo, será demonstrada a centralidade de dois fatores da nova era, o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação e a tríade informação, comunicação e conhecimento. Serão abordados o fenômeno da globalização; a sociedade da informação em rede; a tecnologia, a Internet e a muralha digital; e a economia da informação em rede.

O segundo capítulo tratará da evolução do mundo do trabalho, apresentando-o como base da organização da civilização humana. O desenvolvimento do conceito de trabalho será relacionado ao desenvolvimento tecnológico, que acontece como tentativa de minimizar o esforço físico desempenhado nas atividades laborais. Serão apontadas algumas tendências sobre o trabalho e o emprego para o século XXI, presentes em diversos estudos da atualidade. Além disso, será traçado um paralelo entre aprendizado e trabalho, bem como a necessidade de atualização profissional constante.

A Comunicação e as Relações Públicas são o tema do terceiro capítulo, que trará reflexões sobre o desenvolvimento da comunicação nas organizações diante das escolas de administração e a evolução dos meios de comunicação de massa. Tendo em vista que a área responsável pela comunicação institucional das organizações é a de Relações Públicas, a atividade será vista como um subsistema de apoio desempenhando as seguintes funções essenciais: administrativa, estratégica, mediadora e política.

No quarto capítulo o tema da inclusão digital tem destaque. Serão revistos conceitos de cidadania (inclusive algumas de suas novas formas, como a cidadania planetária e a corporativa), direitos humanos, desigualdades sociais e exclusão social. A inclusão digital será tratada como ação possível de programas de responsabilidade social empresarial, apresentando suas vantagens para as organizações que investem em projetos com este viés.

O último capítulo trará o estudo do caso do Comitê para Democratização da Informática (CDI) e de quatro de seus parceiros mantenedores. O CDI implanta projetos de inclusão digital e cidadania em comunidades de baixa renda e tem como uma de suas principais fontes de recursos, além das fundações internacionais, o apoio de organizações privadas para suas Escolas de Informática e Cidadania.

Capítulo 1: Pilares para a construção de estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas: a Era da Informação em Rede

Diversos autores foram consultados com a finalidade de traçar um panorama da realidade mutante na qual a humanidade está inserida neste início do século XXI. É este retrato fugaz que servirá como pilar para alicerçar o estabelecimento de estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas. Pretende-se, aqui, demonstrar a centralidade das novas tecnologias da comunicação e da informação na organização da sociedade “pós-moderna” e, portanto, o surgimento e importância da inclusão digital como forma de as organizações se posicionarem neste cenário, de maneira estratégica.

Castells, em sua obra “A sociedade da informação em rede”, faz uma afirmação que embasa o primeiro capítulo deste estudo:

“Meu ponto de partida, e não estou sozinho nesta conjectura, é que no final do século XX vivemos um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação.” (Castells, 1999a, p. 67)

No século XX, a Revolução Industrial, a Revolução Francesa e o Iluminismo foram os marcos de uma era que é chamada pelos historiadores de Modernidade. Este período sustenta-se em pelo menos três núcleos de significações: 1- significação cultural, cognitiva e ética (movimento racionalista, filosofia iluminista, certeza de progresso, desenvolvimento das ciências); 2- significação econômica e social (processos de industrialização e urbanização crescentes, sob o comando do capitalismo); 3- significação política (surgimento dos estados nacionais, valorização da democracia, como tipo ideal de Governo e o surgimento dos meios de comunicação de massa).

Castells (1999a) e diversos autores, como Giddens (2002), Dowbor (2000), Harvey (1992), Ianni (1996 e 2000), Benkler (2006), Cohn (2000) e Vattimo (1992), relatam uma série de acontecimentos históricos que transformaram a vida humana no período do final do segundo milênio: o desenvolvimento acelerado das tecnologias da comunicação e informação, a interdependência global de economias, o colapso do estatismo soviético, o fim do comunismo, o fim da Guerra Fria, a reestruturação do capitalismo

(impulsionado pela necessidade de maior flexibilidade), a organização das empresas em redes de relacionamentos, a diversificação das relações de trabalho, a definitiva e formal entrada da mulher no mercado de trabalho, a necessidade de intervenção estatal para regular mercados, o aumento da concorrência, a integração global (a chamada globalização), o desenvolvimento do Pacífico Asiático, a unificação econômica européia, o desenvolvimento desigual Norte-Sul, um novo sistema de computação digital (linguagem binária, 0 e 1) e interligado em rede (Internet), o enfraquecimento do patriarcalismo, uma maior conscientização ambiental, a fragmentação dos movimentos sociais, o fundamentalismo religioso, entre outros eventos.

Para muitos destes autores, a globalização e o aumento da circulação da informação e, sobretudo, da possibilidade de comunicação (aqui vista não apenas como um processo unilateral de envio de mensagens, mas como possibilidade de troca) foram as causas do final da era moderna. Devido a estes aspectos, a História não pode mais ser vista como algo unitário, sob um único ponto de vista central e ocidental. Ela vai, aos poucos, deixando de ser contada apenas sob a ótica das classes sociais dominantes européias e há uma multiplicação das vozes, possibilitada pelos *mass media*, pela globalização e, finalmente, pela Internet.

A modernidade prezava pelo racionalismo iluminista, pela ciência objetiva, pelas formas racionais de organização social, pela desmistificação do conhecimento e era baseada no industrialismo. Já na “pós-modernidade” há uma valorização das necessidades humanas, a queda do planejamento de larga escala, uma crise do pensamento iluminista, que serviria para subjugar o outro.

Ainda há questionamentos sobre a determinação histórica de uma nova era, se há ou não um limite entre os dois períodos ou se o que se chama hoje de “pós-modernidade” não seria apenas uma extensão da própria modernidade, uma evolução natural do período, já que algumas características persistem. Dowbor (2000, p. 49) aborda a questão explicando que, para muitos estudiosos, o que está ocorrendo é apenas a ampliação de tendências preexistentes, sem a determinação visível de uma nova era. Afinal, alega-se que transformações tecnológicas aceleradas ocorrem desde a metade do século XIX e a globalização é um fenômeno que pode ser visto desde sempre.

No entanto, há que se reconhecer que a intensidade e o ritmo das transformações neste início de século geram uma situação qualitativamente nova. O que se observa, portanto, é que o foco no capital, na produção, na sociedade industrial, mudou.

Os produtos e serviços da era “pós-moderna”, ou era da informação, apresentam um valor agregado que é o que distingue marcas de uma mesma categoria, um conceito, uma informação. São os conceitos difundidos, muitos deles pela publicidade, que constroem imagens de marcas como a Nike, Nestlé ou Brastemp, por exemplo. O que o consumidor compra não é apenas um tênis; pode-se dizer que é o conceito de durabilidade, *design* inovador e de tecnologia avançada, entre outras características intangíveis. Traduzindo para os termos marxistas, na “pós-modernidade” há uma distância muito maior entre o valor de uso (a utilidade real de um produto ou serviço) e o valor de troca (o valor cobrado por um produto ou serviço, que é maior ou menor segundo o conceito agregado pelos donos dos meios de produção). Esta é a chamada mais-valia virtual, de acordo com Dowbor (2000, p. 53).

Voltando para as constatações de Castells (1999b, p. 412), foram três as transformações históricas independentes que ocorreram no final dos anos 1960 até meados da década de 1970 que marcaram o início da nova era “pós-moderna”. São elas: a revolução da tecnologia da informação, a crise econômica e reestruturação do capitalismo e do socialismo e o aumento de movimentos sociais culturais, como o feminismo, a defesa do meio ambiente, a luta pelos direitos humanos e o libertarismo.

Já Giddens (2002, p. 9) repensa a Modernidade e fala em “modernidade tardia” ou “alta modernidade”. Ele trata o período como os acontecimentos que vieram com a chegada do século XXI. Para ele, uma característica que diferencia a nova era é a interconexão entre dois extremos: as influências globalizantes de um lado e as disposições pessoais de outro. O autor afirma que o caráter globalizante da “modernidade tardia” rompe o referencial protetor da pequena comunidade e da tradição, substituindo-as por organizações maiores e impessoais, deixando o indivíduo sem apoio psicológico (Giddens, 2002, p. 38).

A tese de outro autor consultado, David Harvey (1992), é que mudanças culturais, políticas e econômicas vêm ocorrendo desde mais ou menos 1972

(primeira grande recessão do pós-guerra) e estão vinculadas a novas maneiras de experiências com o tempo e o espaço. Para o autor, o modernismo é positivista, tecnocêntrico e racionalista, enquanto que o “pós-modernismo” é pluralista. Harvey afirma que o que acontece nesse novo mundo é que

“a experiência do tempo e do espaço se transformou, a confiança na associação entre juízos científicos e morais ruiu, a estética triunfou sobre a ética como foco primário de preocupação intelectual e social, as imagens dominaram as narrativas [...]” (Harvey, 1993, p. 293).

Giddens (2002) também cita que a vida social da atualidade é caracterizada por profundos processos de reorganização do tempo e do espaço. Para ele, pode-se dizer que há um “descolamento” das relações sociais dos locais e nova rearticulação através do espaço-tempo (Giddens, 2002, p. 10).

Assim, pode-se dizer que o mundo do século XXI, o mundo “pós-moderno”, é caracterizado pela globalização, novos padrões de consumo, crescimento populacional, urbanização (planejada ou não), inovações tecnológicas, disseminação de informações em tempo real, pressão sobre os recursos naturais, demanda crescente por energia, poluição, mudança climática global, escassez de água potável, desertificação, perda da biodiversidade e aumento da pobreza, da exclusão e das desigualdades sociais (Castells, 1999a).

A “pós-modernidade” é constituída por novas estruturas sociais, econômicas e culturais. A estrutura social dominante passa a ser a sociedade em rede. A economia, agora, é baseada na informação e na globalização e a cultura é chamada de cultura da virtualidade real. Sobre este último termo, Castells (1999b, p. 427) explica que:

“[...] chamo de virtualidade real um sistema em que a realidade em si (ou seja, a existência material / simbólica das pessoas) está imersa por completo em um ambiente de imagens virtuais, no mundo do faz-de-conta, em que os símbolos não são apenas metáforas, mas abarcam a experiência real.”

A nova forma econômica pode ser vista como um capitalismo reformado, marcado pela globalização da economia, pela demanda por organizações mais

flexíveis e adaptáveis, pela flexibilidade do trabalho e formação de redes de comunicação e informação que descentralizam a tomada de decisões.

Por fim, a “pós-modernidade” estaria determinando a morte da objetividade científica, do ideal moderno de organização racional da realidade. O mundo de hoje é o mundo das mercadorias, das imagens, das múltiplas racionalidades locais, da comunicação intensificada. Logo, o ser humano estaria perdendo o ideal de ser explicado apenas pela racionalidade, já que ele seria fruto da complexidade advinda do diálogo, da troca com o outro, da interpretação. É a ciência dando lugar à valorização das subjetividades humanas.

1.1. Sobre a globalização

Um dos fenômenos mais discutidos por estudiosos em todo o mundo na era “pós-moderna” é a globalização. Ela nasce da reestruturação do capitalismo a partir da década de 1980, que aproximou sociedades reduzindo diferenças de seus sistemas culturais e econômicos e, ao mesmo tempo, aumentando regionalismos, nacionalismos e fundamentalismos religiosos, causando tensão entre o global e o local.

Giddens (2002, p. 27) define globalização como “[...] interseção entre presença e ausência, ao entrelaçamento de eventos e relações sociais ‘à distância’ com contextualidades locais.” Já Ianni (1996, p. 195) afirma que:

“a globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa.”

Tudo aconteceu durante a transição para a era da informação, quando emergiram novas noções de tempo e espaço, com a substituição de todos os tipos tradicionais de ordem social por uma nova ordem do domínio temporal e do esvaziamento espacial, a chamada globalização. Ela deriva da separação do tempo e do espaço, do industrialismo, da tecnologia e do capitalismo em escala mundial, da mídia, da queda do bloco soviético e do acato ao capitalismo, da abertura da China para o mercado, das corporações transnacionais que se transformaram nos principais atores do mundo

contemporâneo, do declínio do Estado-Nação, das tecnologias eletrônicas e, sobretudo, da presença da mídia (Ianni, 2000).

Santos (2002, p. 16) destaca o lado negativo da globalização, que é caracterizada por um conjunto de relações sociais desiguais, afirmando que seria, portanto, mais correto falar de globalizações que de globalização. O autor diferencia a globalização hegemônica, dominada pela lógica do capitalismo neoliberal mundial, da globalização contra-hegemônica, formada pelas iniciativas locais-globais dos grupos sociais subalternos e dominados, organizados no sentido de resistir à opressão, à descaracterização e à marginalização produzidas pela globalização hegemônica. Esta é uma referência à visível divisão existente entre os países do norte do globo e do sul, países desenvolvidos e que vivem a globalização por inteiro com acesso à tecnologia que globaliza, e os países em desenvolvimento, sem acesso até mesmo à água, comida, eletricidade, entre outros itens básicos à sobrevivência.

Martín-Barbero (2003, p. 60) acredita na divisão social e econômica existente entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento, mas não destaca o fator da dominação. Para ele, “não se pode, portanto, confundir mundialização com padronização dos diferentes âmbitos de vida, que foi o que a revolução industrial produziu.” Na verdade, a diversidade cultural deve ser repensada porque não significa mais uma heterogeneidade radical entre culturas ou uma imposição das culturas dominantes. A globalização, apesar de potencializar a diferença entre as culturas, também expõe as identidades alheias instigando o reconhecimento das diferenças que podem enriquecer a própria cultura, estimulando a troca e o reconhecimento do “eu” por meio da comparação com o “outro”, possibilitada pela globalização. Ou seja, a globalização influencia negativamente e positivamente a sociedade, não devendo ser estudada apenas sob um ponto de vista.

Pela globalização, houve uma intensificação das relações fronteiriças e as novas tecnologias de comunicação e informação geraram alterações espaciais e temporais da ação social. Assim, o espaço nacional passou a ser a mediação entre o local e o global (Santos, 2002, p. 17). Para Ianni (1996), o global e o local determinam-se reciprocamente, sendo que nas organizações internacionais há prioridade dos interesses das nações mais poderosas. O

global é a soma / reorganização / transformação do local, sem significar homogeneização, mas diferenciação em outros níveis.

Na área das ciências sociais, a “pós-modernidade” desafiou os cientistas a pensar o mundo como uma sociedade global, não bastando mais o pensamento moderno da sociedade nacional para compreender os fenômenos científicos da atualidade. Para Ianni (1996, p. 192-194), a sociedade global é caracterizada cientificamente por se basear nas correntes do evolucionismo, funcionalismo, sistêmica, estruturalismo, weberiana e marxista; priorizando aspectos econômicos, financeiros, tecnológicos, informáticos, culturais, religiosos, políticos, geopolíticos, ecológicos, sociais, históricos, geográficos e outros; há uma perspectiva das superpotências mundiais; predomina o método comparativo nos estudos e interpretações, sendo que a comparação tem como base um país “moderno”; e poucos estudiosos posicionam-se nos horizontes da desterritorialização.

Para Martín-Barbero (2003, p. 58), a noção de espaço foi transformada pelas novas tecnologias da informação e da comunicação que, com o aumento da possibilidade de intercomunicação, deixam o mundo mais opaco. Esta opacidade tem dois lados. O primeiro que mostra que o único espaço realmente mundial é o mercado que se deseja unificado, mas com a finalidade de dominar e competir. O segundo lado tem a ver com a virtualidade e a velocidade informativa, em um mundo feito de redes e fluxos e não de matéria.

Outra característica do mundo globalizado é que os indivíduos passaram a habitar lugares e não locais, espaços tecidos por proximidades e solidariedades. É mais uma vez observado o conflito entre a identidade do ser global e do “eu” que resiste à globalização pela valorização do local. Um bom exemplo disso são as tribos virtuais da Internet, que se territorializam passando da conexão ao encontro e do encontro à ação (Martín-Barbero, 2003, p. 59).

No ano de 2006, a Organização das Nações Unidas (ONU) convocou a Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (*World Summit on the Information Society – WSIS*) para discutir propostas visando à redução de poder dos países que dominam os meios de produção, armazenamento, disseminação e uso da informação. Um dos assuntos discutidos na WSIS foi a governança global, tema emergente desde a intensificação da globalização, que torna mais sutis as fronteiras entre nações. Trata-se da promoção de um

maior diálogo entre governos, organizações intergovernamentais, setor privado e organizações da sociedade civil visando ao estabelecimento de regras, processos e práticas que orientam e estabelecem as relações formais de poder entre governantes e governados (Sathler, 2006, p. 36).

1.2. A nova organização social: a sociedade da informação em rede

A sociedade civil evoluiu na História da humanidade considerando-se três formas marcantes, que ocorrem hoje em dia simultaneamente. Ela partiu de uma sociedade agrária, até meados da Idade Média, para uma sociedade industrial (com o advento da Revolução Industrial do século XIX), até a sociedade do conhecimento, possibilitada pela Internet e pela Revolução Digital. Da sociedade agrária para a sociedade industrial, as fontes de poder saíram da terra para a indústria e, agora, aos poucos, o poder vai saindo das indústrias para a informação em rede, com a sociedade da informação em rede.

Na verdade, são muitas as denominações dessa nova forma de construção social (sociedade da informação, sociedade do conhecimento, sociedade global da informação, sociedade pós-industrial, sociedade em rede, sociedade transparente). O que importa é que elas caracterizam uma sociedade em que os fatores centrais são a informação, o conhecimento e a comunicação. Para este estudo, informação são os dados a cerca de alguém ou algo; conhecimento são as informações transformadas segundo experiências de vida, erudição, instrução, saber; e comunicação é o ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos convencionados (linguagem falada ou escrita ou outros sinais, signos ou símbolos), é a transmissão de informação de um ponto a outro.

Considerando-se que o conhecimento é determinado por escolhas e transformações da informação em dados que consideram a experiência individual, resulta que o conhecimento é mais profundo, humano, que a informação, é a seleção, comparação, apropriação, processamento de informações. Portanto, o conhecimento é subjetivo, é a seleção de conteúdos. O que está presente na Internet são dados em uma organização em formato de rede e apenas quando estes dados são apropriados pelo usuário e

transformados em conhecimento é que se pode dizer que são socialmente relevantes. Já “a comunicação é um elemento constitutivo e indissociável da sociedade, responsável pela circulação de informações, opiniões, ideologias, cultura e conhecimento.” (Jambeiro, 2003, p. 225) Isto quer dizer que a comunicação, na prática, constitui-se em um processo social básico presente em todas as sociedades. Martín-Barbero completa que:

“[...] comunicar foi e continuará sendo algo muito mais difícil e amplo que informar, pois comunicar é tornar possível que homens reconheçam outros homens em um duplo sentido: reconheçam seu direito a viver e pensar diferente, e reconheçam a si mesmos nessa diferença [...]” (Martín-Barbero, 2003, p. 70-71).

Para este trabalho, tomaremos como base a nomenclatura atribuída por Castells à nova formação social, que é o termo mais difundido, sociedade da informação em rede. Ela foi assim denominada pelo autor por constituir-se basicamente por redes de produção, poder e experiência, que constroem a cultura da virtualidade nos fluxos globais que, por sua vez, transcendem tempo e espaço (Castells, 1999a, p. 427). Essas redes de produção de conhecimento tecnológico são descentralizadas, multidirecionais e de cooperação internacional entre empresas para fornecimento, produção e cooperação tecnológica. Elas tornam as empresas mais competitivas e são vitais para sua manutenção no mercado global.

A chamada era da informação abordada por Castells (1999a) é uma forma específica de organização social, política e econômica em que a geração, o processamento, a transmissão e a recepção / *feedback* da informação são fontes essenciais de produtividade e poder devido ao desenvolvimento e expansão do uso de novas tecnologias surgidas na segunda metade do século XX e início do século XXI.

Um autor brasileiro, Takasashi (2001, p. 20), afirma que a sociedade da informação apresenta três fenômenos inter-relacionados originando as transformações em curso: o primeiro é a convergência tecnológica, na qual a digitalização une computação, conteúdos e comunicações (vide figura abaixo); o segundo fenômeno é a queda dos preços dos computadores, popularizando seu uso; e, por fim, o terceiro fenômeno apontado pelo autor é o “*boom*” de crescimento da Internet entre 1991 e 1998.

Fonte: Socinfo apud Takasashi (2001, p. 20).

Já o autor Gianni Vattimo (1992) denomina a nova formação social como sociedade transparente, caracterizada pela influência dos *mass media* e por uma maior complexidade, contrastando com a visão moderna de uma sociedade racional. Isto porque, defende o estudioso, que o nascimento e desenvolvimento dos meios de comunicação de massa dissolveram os pontos de vista centrais e deram voz a um número maior de pessoas, multiplicando as visões de mundo (daí o uso do termo 'transparente').

É certo que a sociedade da informação só existe com a universalização dos serviços de informação e comunicação, possibilitando não somente uma maior disponibilidade de acesso aos meios, mas principalmente permitir que as pessoas atuem como provedores de conteúdo para a rede. Afinal, ela é altamente tecnológica e suas estruturas produtivas são sustentadas por três pilares principais: informação, conhecimento e comunicação, requisitos essenciais para o acesso à cidadania. Por exemplo, na atualidade, estar bem informado pode significar estar munido com argumentos válidos contra discriminação, abuso de poder, violência doméstica etc. Ou seja, o conhecimento das leis proporciona ao indivíduo subsídios para exercer sua cidadania, por intermédio da comunicação.

Neste novo tipo de sociedade, a sociedade da informação em rede, a participação dos cidadãos em produções coletivas e cooperativas torna sua estrutura mais democrática e crítica, característica marcante da nova economia industrial da informação. Segundo Benkler (2006, p. 8),

“a economia da informação em rede melhora a capacidade prática de indivíduos em três dimensões: (1) melhora a capacidade dos indivíduos de fazer mais para e por eles próprios; (2) aumenta a sua capacidade de fazer mais comunalmente com outros e (3) melhora a capacidade de indivíduos fazerem mais em organizações formais que operam fora da esfera do mercado”.

Isto quer dizer que nesta nova sociedade, as pessoas podem criar suas próprias expressões, buscar informações, tudo com menos dependência do sistema de mídia de massa do século XX e que ainda predomina em diversos países. Tudo parece apontar para um futuro com indivíduos menos passivos, que aos poucos se tornam observadores mais engajados por meio do poder conferido pela informação de discutir criticamente os mais variados assuntos. Afinal de contas, canais para expressão de opiniões são mais diversificados na sociedade da informação em rede.

Neste novo ambiente, as organizações também se reestruturaram. A introdução das novas tecnologias da informação transformou as organizações, que tiveram que lidar com as incertezas de um ambiente com rápidas mudanças, tendo que aumentar sua flexibilidade. Foi introduzido o modelo da produção enxuta, para economizar mão-de-obra, e valorizada a administração dos conhecimentos. A antiga produção em massa tornou-se rígida e dispendiosa demais, dando lugar a um sistema produtivo flexível, com uma produção personalizada e reprogramável. Houve o renascimento de uma produção artesanal quase que individualizada e da especialização flexível.

As empresas, assim como a sociedade, também estão organizando-se em redes multidirecionais. Elas formam parcerias em empreendimentos corporativos, com redes de distribuição e produção. As alianças são estratégicas e as redes são globais, baseadas na organização em torno de processos e não de tarefas, hierarquia horizontal e não vertical, trabalho em equipe, desempenho pela satisfação do cliente, recompensa baseada no desempenho em equipe, aumento do contato com fornecedores e clientes e no treinamento dos funcionários (Castells, 1999a, p. 221).

Castells (1999b, p. 420) aborda um tema importante para a Era da Informação. O autor acredita que existe uma tendência ao aumento das desigualdades sociais e polarização, resultante de três fatores: a diferenciação

entre mão-de-obra altamente produtiva e reprogramável e a mão-de-obra genérica dispensável, a individualização dos trabalhadores e a deslegitimação do Estado do Bem Estar Social, que se torna um Estado em rede. Outra característica apontada pelo autor é a mudança do papel da mídia de massa. Na Era da Informação as lutas pelo poder, apesar de acontecerem dentro da mídia, não têm mais os meios de comunicação como detentores do poder:

“O poder, como capacidade de impor comportamentos, reside nas redes de troca de informação e de manipulação de símbolos que estabelecem relações entre atores sociais, instituições e movimentos culturais por intermédio de ícones, porta-vozes e amplificadores intelectuais.”
(Castells, 1999b, p. 424-425)

Cohn (2000) define a sociedade da informação tomando como base a conceituação de Gilbert Cohen-Séat e Pierre Fougereyrollas para o termo informação que, para eles, é uma imposição de forma que acontece de modo sobredeterminado. Assim, Cohn (2000, p. 21) afirma que “[...] a sociedade da informação é (tendencialmente) aquela cuja forma é sobredeterminada pela informação.” O que o autor quis dizer é que a sociedade da informação subscreve-se sobre uma outra sociedade, no caso, a sociedade capitalista. O que não significa a morte da primeira, mas uma redefinição e mescla de características.

No final do século XX houve um esforço conjunto dos quatro setores organizados da sociedade brasileira (Governo, iniciativa privada, Terceiro Setor e área acadêmica) para promover maior participação do país na nova sociedade da informação. Este esforço resultou, no ano 2000, na publicação do *Livro Verde da sociedade da informação* (Socinfo). Trata-se de uma proposta para universalização dos serviços disponíveis em rede para os brasileiros. O *Livro Verde*, entre outros temas, também aborda o conceito de inclusão digital como capacitação para utilização da Internet (desenvolvimento de habilidade para uso das ferramentas) em favor dos interesses e necessidades individuais e comunitários, com responsabilidade e senso de cidadania (Silva *et al*, 2005, p. 33).

Takasashi (2001), um dos estudiosos que participou da organização do *Livro Verde*, defende o caráter estratégico da participação do Brasil na sociedade da informação devido aos seguintes fatores:

1. O desenvolvimento do comércio eletrônico (*e-business* e *e-commerce*) amplia, diversifica e aperfeiçoa mercados, aumentando a geração de receita de empresas em todo o mundo.
2. As pequenas e médias empresas brasileiras são estrategicamente importantes devido ao seu elevado potencial gerador de emprego e renda, já que funcionam com cerca de 60% da mão-de-obra brasileira. Este potencial pode ser ainda mais explorado com um melhor aproveitamento da Internet, que possibilita divulgação dos negócios de forma mais rápida e barata, mais acesso a informações, agilidade nos processos de compra e venda, ampliação de mercados para atuação e diminuição progressiva de custos operacionais.
3. O uso da Internet em novos negócios incentiva o empreendedorismo e a inovação em novos negócios.
4. A capacitação da população de baixa renda na operacionalização das novas tecnologias amplia seu fator de empregabilidade. Segundo Takasashi (2001, p. 25), “a mão-de-obra qualificada, capaz de atender às exigências do novo paradigma técnico-econômico, é, assim, fundamental para assegurar ganhos de produtividade às empresas brasileiras e melhorias de competitividade [...]”.
5. A universalização do acesso à Internet promove a cidadania e combate as desigualdades sociais.
6. A educação é a chave para a construção da sociedade da informação, já que ela é a responsável pela transformação da informação disponível em conhecimento. É a educação que possibilita aos usuários não somente acompanhar as mudanças tecnológicas, mas participar delas e inovar também, criando conteúdo.
7. O Brasil também deve atualizar-se para estar incluído na sociedade da informação para favorecer a criação e inserção de conteúdos nacionais na Internet, valorizando nossa identidade cultural.
8. O uso das novas tecnologias pelo Governo Brasileiro favorece uma administração mais transparente e centrada no cidadão.
9. A legislação brasileira também deve adequar-se às novas necessidades da sociedade da informação.
10. Cada vez mais os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) são financeiramente valorizados, já que se reconhece que, hoje mais do que nunca, o conhecimento é a riqueza das nações.

11. A questão do desenvolvimento sustentável está cada vez mais presente na sociedade da informação.

12. Como suporte para o desenvolvimento da sociedade da informação, faz-se necessário um compartilhamento de responsabilidades entre Governo, organizações privadas e sociedade civil, sendo que o setor privado é o que dispõe de maior capacidade de investimento e de inovação, sendo o mais dinâmico também.

1.3. A tecnologia e a Internet

Desde o surgimento da humanidade, a tecnologia e seu desenvolvimento constituem elementos-chave para o crescimento e desenvolvimento das sociedades. Entenda-se, aqui, que tecnologia é muito mais do que computadores, aviões ou aparelhos de celular. Em sua evolução histórica, a tecnologia deve ser vista como o conjunto de conhecimentos, técnicas e conceitos; é a combinação de ferramentas e máquinas com organizações sociais historicamente cada vez mais complexas com o passar do tempo. Isto quer dizer que “o contexto organizacional, histórico e cultural em que a tecnologia é desenvolvida e aplicada constitui a chave para o seu sucesso ou fracasso.” (Namburete, 2003, p. 235)

Harvey Brooks e Daniel Bell *apud* Castells (1999a, p. 67) definem tecnologia como o uso de conhecimentos científicos para especificar as vias de se fazerem as coisas de uma maneira reproduzível. Já Navarro (2005, p. 48) é mais específico em sua definição e aponta que “a tecnologia não é mais que o uso do conhecimento humano com fins práticos, fins utilitários, a busca de novas formas de fazer as coisas de uma maneira melhor que as anteriores.” Para ele, a tecnologia facilita e dignifica o trabalho humano, tornando-o menos braçal e mais intelectual:

“a tecnologia permite criar e defender trabalhos já existentes, a tecnologia permite criar trabalhos muito mais dignos. Façam uma experiência com trabalhadores que depois de utilizar tecnologias antigas podem, agora, utilizar as novas; eles sempre sentem que seu trabalho se dignifica.” (Navarro, 2005, p. 50)

Na modernidade, a Revolução Industrial foi a responsável pelo desenvolvimento e implantação de tecnologias que potencializaram capacidades manuais do ser humano, como força e velocidade. As invenções da época, o automóvel, o avião, o navio, são máquinas sofisticadas e pesadas, criadas para multiplicar a capacidade dos homens nos quesitos força e velocidade. Já a Revolução Digital que acontece na “pós-modernidade” possibilitou um passo adiante, a potencialidade da criatividade e comunicação do ser humano (Navarro, 2005, p. 49). Ela foi assim chamada por basear-se no sistema digital, tem como base um sistema binário (0 e 1, corrente aberta ou fechada) que, por combinações, podem expressar todo o universo de comunicação, seja por meio de letras, cores, notas musicais, até a história da própria humanidade (Dowbor, 2000, p. 48).

Foi durante a Revolução Digital que a base tecnológica da sociedade da informação em rede foi criada, a Internet. A rede de comunicações descentralizada foi assim definida por Dowbor (2000, p. 48):

“[...] a Internet vem por primeira vez colocar à disposição de qualquer pessoa com os conhecimentos e recursos necessários [...] a possibilidade de se comunicar, a partir de qualquer ponto, com qualquer outro usuário do planeta. Forma-se rapidamente o que tem sido chamado de sociedade em rede.”

Nesta afirmação de Dowbor, notam-se os condicionantes essenciais para que a Internet realmente esteja a serviço da humanidade: conhecimentos e recursos. Ou seja, para que os usuários da Internet tenham acesso ao universo da informação e possibilidade de estabelecer comunicação com indivíduos de outros países, não basta apenas possuir máquinas e acesso, mas saber como utilizá-las e inserir seus recursos em nosso dia a dia.

A Internet nasceu como um programa de pesquisa militar dos Estados Unidos, combinado com pesquisas universitárias que ocorreram por meio de uma rede internacional de pesquisadores. No entanto, mesmo com financiamento militar, a Internet nunca teve aplicação militar e também não foi criada com vistas ao lucro empresarial (o projeto não tinha pretensões comerciais). Muito pelo contrário, desde seu início a Internet desenvolveu-se de forma aberta e com livre acesso. Ela tem como principais colaboradores seus próprios usuários, que produzem e desenvolvem até hoje a nova tecnologia

com base na troca de experiências, possibilitada, em grande parte, pelo desenvolvimento do correio eletrônico (Castells, 2003, p. 257-259). E as características democratizantes que fazem parte da Internet desde o seu nascimento não param por aí: ela está sob um regime de auto-gestão, sem intervenção direta de nenhum governo específico e o acesso aos seus códigos segue sendo aberto até os dias de hoje (TCP/IP, o World Wide Web, entre outros).

Assim, a Internet é a base material e tecnológica para a constituição da sociedade em rede. Trata-se da infra-estrutura que permite uma nova extensão das relações sociais, agora baseadas em redes de informação. Para Castells (2003, p. 287), a Internet “[...] não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial.”

O crescimento da Internet segue de forma vertiginosa. Para se ter uma idéia, nos Estados Unidos a Internet atingiu 50 milhões de usuários em somente quatro anos, enquanto que, para atingir esse mesmo número de usuários, o computador pessoal tardou dezesseis anos, a televisão, treze, e o rádio, trinta e oito anos. (Takasashi, 2001, p. 20-21)

Com a Internet, as tecnologias existentes começam a ‘conversar’ entre si, possibilitando o surgimento das chamadas novas tecnologias da informação e da comunicação do século XXI. Castells (1999a, p. 67) define essas novas tecnologias como o conjunto convergente que engloba a microeletrônica, a computação (hardware e software), telecomunicações / radiodifusão, optoeletrônica e a engenharia genética. Isto porque a Internet não elimina outros meios de comunicação, pelo contrário, ela possibilita o uso integrado de diversos meios como a televisão, o cinema, o rádio etc. São essas novas tecnologias as principais responsáveis pelas transformações observáveis em quase todas as áreas de atividade que envolvem economia, política, cultura e sociedade, além de influenciarem na maneira como utilizamos nosso tempo e espaço.

Segundo Peruzzo (2001, p. 46),

“a Internet possibilita a circulação de mensagens independente de territórios geográficos, de tempo, das diferenças culturais e de interesses,

sejam eles econômicos, culturais ou políticos, globais, nacionais ou locais”.

A Internet se diferencia dos outros meios de comunicação, em especial aqueles caracterizados como *mass media*, como o rádio e a televisão, porque na teoria, todos os seus usuários podem ser tanto receptores quanto emissores de informações. Outra característica do novo meio é que ele ainda concentra tanto usuários como provedores de conteúdo nos grandes centros metropolitanos do mundo, em especial nos países desenvolvidos. No caso dos provedores de conteúdo, isto acontece porque é nas metrópoles que se concentram as informações e comunicações que servem de subsídio para abastecer a Internet.

Indo de encontro à idéia de que as tecnologias são desenvolvidas pelo homem com a finalidade principal de facilitar o trabalho, a Internet permite o desenvolvimento do trabalho móvel, do escritório portátil. Além disso, ela transforma as relações sociais por meio do desenvolvimento das comunidades virtuais. A diferença principal é que as pessoas que se juntam a essas comunidades o fazem devido a interesses particulares, afinidades e valores pessoais, e não devido à proximidade física (Castells, 2003, p. 273).

Uma questão importante, muito discutida na atualidade, recai sobre os efeitos das novas tecnologias, se seriam positivos ou negativos. Sobre o tema, é vital recordar que, eticamente, toda tecnologia é neutra. Na verdade quem atribui a ela um sentido ético é a própria humanidade, quando decide como e para que a tecnologia será utilizada.

1.3.1. O outro lado da história: a muralha digital

A complexidade da sociedade “pós-moderna” somada ao surgimento da comunicação social ou de massa facilitou o processo de tornar públicos temas políticos, sociais, econômicos e culturais. Porém, inicialmente, o acesso e domínio dos meios de comunicação de massa garantiam o direito à informação somente a uma elite privilegiada. Entenda-se, aqui, que a expressão ‘direito à informação’ trata não apenas do direito do cidadão ser informado, mas também de seu direito de informar, de se expressar e tornar públicas suas idéias e opiniões. Isto implica que haja uma pluralidade de meios e facilidade de

acesso, além de serem oferecidas condições para a formulação crítica do conteúdo a ser discutido publicamente.

A Internet, concebida inicialmente como rede descentralizada de circulação global de informações, logo se mostrou como forma de segregação para os povos que não têm acesso aos modernos e caros computadores e para todos aqueles que não falam a língua inglesa. É o que Melo (2001) denominou muralha digital, a divisão existente entre os países do norte, super-informados, e os países do sul, sub-informados.

Por exemplo, para se ter acesso à Internet, hoje, são necessários alguns recursos que não são totalmente acessíveis e difundidos, como energia elétrica e acesso a um provedor de telefonia, por exemplo. E, além disso, são muitos os cidadãos que não têm acesso a itens básicos para nossa sobrevivência, como alimentação, água e medicamentos, por exemplo.

Sobre a divisória digital (ou muralha digital de Marques de Melo), Castells (2003, p. 265) afirma que as pessoas que não têm acesso à Internet podem ter problemas em permanecer no mercado de trabalho e que os territórios que ainda não são conectados perdem em competitividade econômica internacional. Porém, ele aponta que o fator mais importante que determina a divisão social da Internet, mais ainda que a conectividade técnica, é a capacidade educacional e cultural de utilizar a Internet. O maior problema é saber encontrar a informação e transformá-la em conhecimento específico para uso pessoal.

Voltando à questão da tecnologia e da Internet, Castells também comenta sobre a exclusão social originada pela desigual utilização e desenvolvimento tecnológico das nações:

“por intermédio da tecnologia, redes de capital, de trabalho, de informação e de mercados conectaram funções, pessoas e locais valiosos ao redor do mundo ao mesmo tempo em que desconectaram as populações e territórios desprovidos de valor e interesse para a dinâmica do capitalismo global.” (Castells, 1999b, p.413)

Gradualmente, a sociedade civil tem se organizado em grupos e comunidades com o objetivo de unir forças pela democratização da comunicação e da informação, reduzindo aos poucos a distância entre a elite dominante e as camadas populares. Mannheim (1974) *apud* Jambeiro (2003, p.

220-221) corrobora esta afirmação ao atestar que a democratização da informação e da comunicação envolve uma diminuição da distância entre a elite intelectual e outros setores da sociedade, fator que proporcionará igualdade de oportunidades entre essa elite e a sociedade, significando uma aproximação e, quem sabe, o surgimento de uma sociedade mais justa.

1.4. A economia da informação em rede

Como visto anteriormente, em especial nos últimos vinte anos, pode ser notada uma transformação radical na organização da produção e comercialização da informação, possibilitada pela introdução das novas tecnologias da comunicação e informação e, mais ainda, pelo advento da Internet. Essa mudança tem criado novas oportunidades de produção e troca de informações, conhecimento e cultura, aumentando a produção não-proprietária e fora do sistema de mercado, tanto por indivíduos como de forma colaborativa.

Considerando-se o fator econômico, houve o surgimento de uma nova economia, baseada na produção de informação, na produção cultural e na manipulação de símbolos e que vem substituindo a economia industrial da informação, que trabalhava a informação massificada. Assim, nasce a economia da informação em rede, desenvolvida a partir de ações cooperativas de indivíduos para uma produção essencialmente descentralizada e que não depende de estratégias proprietárias. O resultado é um setor em crescimento de produção da informação, do conhecimento e de cultura, fora do sistema de mercado, baseado no ambiente em rede e formado por indivíduos conectados pelas novas tecnologias.

Benkler (2006, p. 3) conceitua a economia da informação em rede da seguinte forma:

“O que caracteriza a economia da informação em rede é que a ação individual descentralizada – especificamente, a nova e importante ação cooperativa e coordenada por meio de mecanismos radicalmente distribuídos fora do sistema de mercado, e que não dependem de estratégias proprietárias – tem um papel muito maior do que tinha, ou poderia ter, na economia industrial da informação. [...] O preço em

declínio da computação, comunicação e armazenamento colocaram, na prática, os meios de produção de informação e cultura nas mãos de uma significativa porção da população mundial.”

Nesta nova organização econômica, os cidadãos têm maior possibilidade de acesso à informação e liberdade para participar de uma forma mais ativa, democrática e crítica do que era possível na economia industrial do século XX. No entanto, este novo espaço para produção individual e coletiva da informação e da cultura, fora do sistema de mercado capitalista da era industrial, ameaça os donos dos meios de produção do capitalismo industrial, já que em uma economia baseada no conhecimento é bastante diferente daquela baseada no controle da riqueza material. O que acontece é que o conhecimento passado para outra pessoa é compartilhado, enquanto que, no caso dos bens materiais, eles só podem pertencer a uma ou outra pessoa (Dowbor, 2000, p. 57). Isto quer dizer que a possibilidade da existência de uma sociedade mais democrática, que ofereça oportunidades de forma mais igualitária a todos, é agora mais real que nunca.

Para Benkler (2006, p. 3), ocorreram duas mudanças principais que definem a economia da informação em rede: ela passou a ser baseada na produção da informação (serviços financeiros, software, ciência), cultura (filmes, música) e na manipulação de símbolos (atribuição de conceitos intangíveis a marcas com geração de valor financeiro); e, em segundo lugar, o desenvolvimento de tecnologias cada vez mais baratas, permitindo o aumento da produção de informação e cultura fora do mercado e em redes colaborativas descentralizadas.

A economia da informação em rede valoriza a criatividade humana e coloca a informação como elemento central (ao invés do carvão, aço e trabalho manual na operação de máquinas da economia industrial). Nesta nova economia, valorizam-se estratégias não-proprietárias de mercado, com uma produção básica e externa, e ficam evidentes esforços de colaboração em grande escala na produção de informação, conhecimento e cultura (como o caso do software livre Linux e do código aberto, por exemplo).

Sobre o aspecto social, Benkler (2006, p. 6) afirma que:

“os seres humanos são, e sempre foram, seres motivados de diversas maneiras. Nós agimos instrumentalmente, mas também não

instrumentalmente. Nós agimos por ganho material, mas também por bem estar psicológico e gratificação, e por união social. Não há nada de novo ou extraordinário nisso, exceto talvez para alguns economistas.”

O autor mostra que a natureza humana é e sempre foi social. Porém, na economia industrial, a posse de capital financiava totalmente a produção; a vontade individual ou coletiva pelo bem-estar social estava condicionada à posse de capital. Com a nova economia da informação em rede, o capital tende a ser mais bem distribuído com a redução dos preços das novas tecnologias e surge a possibilidade de produção criativa a partir de um computador e uma conexão em rede, cooperativamente, pela interação social e em defesa de interesses sociais.

Além disso, a economia da informação em rede permite que indivíduos busquem informações e criem seu universo de conhecimento individualmente, com menor dependência da mídia de massa que dominou o século XX. Ao invés de a esfera pública ser caracterizada pela veiculação de informações pelas mídias de massa, agora as informações são interligadas em redes complexas possibilitadas pela Internet.

No entanto, diversos estudiosos fazem em especial duas críticas principais sobre a possibilidade democratizante da Internet: apontam o problema do excesso de informações e a concentração de acesso dos usuários a um número relativamente reduzido de *websites*, que dominariam a opinião pública. Benkler (2006, p. 12) rebate estas críticas ao alegar que existem hoje muitos esforços colaborativos com a finalidade de filtrar o conteúdo da rede, tanto por relevância de assunto como por credibilidade e que, apesar da real concentração de acesso a determinados *sites*, o usuário em geral tende a acessar conteúdos de seu interesse (por exemplo, bombeiros australianos tendem a acessar outras comunidades sobre bombeiros na Austrália e assim por diante). Outro fator que pode ser observado neste novo meio de comunicação é que as escolhas para leitura de *sites* e *links* são feitas a partir da indicação de outros usuários e não determinadas pela *agenda setting* dos *mass media*.

Resumindo, na medida em que a economia da informação em rede cria novas maneiras de conceber a informação, como produto que não é tratado como propriedade e exclusividade de uma elite, mas como algo que pode ser

disponibilizado gratuitamente a todos, ela oferece oportunidades modestas, mas importantes para melhorar o desenvolvimento humano.

Outro autor consultado, Manuel Castells (1999a, p. 119), caracteriza a nova economia como informacional, global e em rede. Informacional porque ela depende da geração, processamento e aplicação de forma eficiente da informação baseada em conhecimentos. Global e em rede porque suas atividades estão organizadas em redes globais de interação, seja na produção, na distribuição, comercialização e concorrência.

Aos poucos, a produção em massa do industrialismo do século XX tornou-se rígida demais e muito dispendiosa. Com o informacionalismo da nova economia da informação em rede, houve a emergência de um sistema produtivo flexível, com produção personalizada e reprogramável para atender ao mercado extremamente volátil. Nesta economia da informação ou informacionalismo (denominação de Castells, 1999b), a geração de riqueza, o poder e os códigos culturais passaram a depender da tecnologia da informação, do domínio das novas ferramentas tecnológicas que fazem da informação o novo capital-motor da nova economia da informação.

Sobre as mudanças nos processos de produção, Castells (2003, p. 269) aponta que,

“o que foi o fordismo, a grande empresa industrial baseada na produção estandardizada e na linha de montagem, hoje tem a capacidade de funcionar em rede, de articular diretamente o mercado, os insumos e provedores e a organização interna da empresa *on line* em todas as tarefas.”

Além disso, pode-se dizer que o diferencial básico deste novo sistema de produção é, aliado ao investimento nas novas tecnologias, a educação. A capacitação e qualificação dos cidadãos para a vida na era “pós-moderna” é a solução proposta por diversos estudiosos para a inclusão social e igual oferecimento de oportunidades. Trata-se, aqui, do conceito de educação como formação intelectual e moral e não apenas qualificação para uso das novas tecnologias:

“conhecimentos especializados podem tornar-se obsoletos com rapidez mediante mudança tecnológica e organizacional. Educação ou instrução é o processo pelo qual as pessoas, isto é, os trabalhadores, adquirem

capacidade para uma redefinição constante das especialidades necessárias à determinada tarefa e para o acesso às fontes de aprendizagem dessas qualificações especializadas”. (Castells, 1999b, p. 417)

Portanto, a economia da informação em rede é caracterizada pela globalização, capitalismo informacional, valorização da competitividade e produtividade, com relações de produção que prezam pela inovação e flexibilidade, sendo a tecnologia da informação a força-motriz que abastece o processo. A organização social desenvolvida neste novo ambiente é a sociedade da informação em rede, baseada na informação, conhecimento e na comunicação, tudo interconectado por redes descentralizadas possibilitadas pelas novas tecnologias da comunicação e da informação, entre elas a Internet. Apesar do enorme potencial democratizante existente, ainda há uma divisória digital entre as nações ricas (com acesso a essa nova realidade) e as nações pobres (que não têm acesso nem mesmo a condições básicas para sobrevivência de seus cidadãos).

A análise de cenário realizada neste capítulo aponta a centralidade das novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) determinando o surgimento de uma nova era, a “pós-modernidade”. Levando-se em conta que, para se traçar estratégias em Comunicação e Relações Públicas é necessária a realização de um levantamento criterioso dos aspectos que compõem a realidade em que as organizações estão inseridas, para completar o quadro serão vistas a seguir as mudanças ocorridas no mundo do trabalho e, em especial, a questão da valorização do saber crítico como diferencial para o mercado profissional.

Capítulo 2: A evolução do mundo do trabalho

É certo que toda a estrutura da civilização humana é fundamentada no conceito de trabalho, que organiza e é organizado pela sociedade e é por isso que este capítulo será reservado para analisar as transformações relacionadas a ele. O trabalho nasce no seio da civilização humana quando os homens aprendem a planejar seu futuro por meio da descoberta do uso de sementes (agricultura) e da criação de animais (pecuária). Logo, surgem as técnicas de plantio e para criação de animais com a finalidade de programar o alimento que será consumido no futuro. É interessante notar que, concomitante à evolução do trabalho, desenvolve-se a tecnologia, sempre com o objetivo de facilitá-lo para o homem, de torná-lo menos cansativo e manual (De Masi, 2000, p. 32).

Com o passar dos tempos, a relação do homem com o trabalho transformou-se. Inicialmente visto como castigo designado aos escravos da Grécia Antiga, o trabalho já foi considerado uma necessidade, um dever moral (na Alemanha de Hitler: “o trabalho dignifica o homem”), uma forma de auto-expressão e, na atualidade, o trabalho é considerado um direito, o direito de o cidadão ter um emprego. Na verdade, esta evolução da concepção do trabalho ainda é desigual nas várias partes do mundo, sendo que as formas descritas coexistem no mundo “pós-moderno” de acordo com o desenvolvimento socioeconômico de cada nação.

A definição dos gregos que viviam na Antiguidade para o trabalho é que seriam as atividades que faziam transpirar (com exceção do esporte), ou seja, o trabalho era diretamente relacionado às atividades físicas. Para eles, o trabalho era realizado exclusivamente por escravos ou cidadãos de segunda classe. Enquanto isso, as atividades intelectuais, denominadas por eles como ócio, eram privilégios apenas dos cidadãos das classes mais altas, como a política, a filosofia, a poesia etc. (De Masi, 2000, p. 17)

Na Idade Média, o trabalho ainda possuía este caráter de esforço físico, de atividade essencialmente manual. O núcleo familiar era o responsável por uma produção artesanal ou pelo cultivo e criação de animais, e o lar era, via de regra, a sede do trabalho. Foi quando, em meados do século XVIII, o desenvolvimento tecnológico novamente determina o surgimento de uma nova

organização social, a sociedade industrial. Esta nova sociedade surge pela coincidência histórica de três marcos centrais: a descoberta de novas fontes energéticas, como as máquinas movidas a vapor, carvão e, finalmente, a descoberta da energia elétrica; desenvolve-se uma nova divisão do trabalho e a nova organização do poder, com os donos dos meios de produção e os trabalhadores assalariados do capitalismo moderno. Ao mesmo tempo, este século também é conhecido como o “Século das Luzes”, pois nele imperam o racionalismo e a valorização dos saberes científico e técnico. É interessante ressaltar que os enciclopedistas do Iluminismo, expoentes do racionalismo, são, juntamente com os filósofos gregos, os precursores da origem do trabalho intelectual coletivo e colaborativo, método de trabalho que pode ser observado na criação da Internet e em seu desenvolvimento.

Assim, a Revolução Industrial, por meio da inserção de novas tecnologias, modificou radicalmente a organização social do trabalho. Antes, na sociedade agrícola e artesanal, o trabalhador cultivava a terra ou trabalhava em oficinas cujos locais coincidiam com seus lares e, por sua vez, estabeleciam relações sociais primordialmente com sua família e vizinhos. Com as fábricas, um novo ritmo de vida é imposto ao ser humano, que agora se desloca para o trabalho e convive com um círculo maior de pessoas, com quem não possui necessariamente laços afetivos e familiares. O período que o novo trabalhador passa longe de casa e da família é uma das mudanças mais drásticas acarretadas pela sociedade industrial: “foi a indústria que separou o lar do trabalho, a vida das mulheres da vida dos homens, o cansaço da diversão.” (De Masi, 200, p. 147)

Na verdade, o grande salto tecnológico da Revolução Industrial foi propiciado com a finalidade de ‘libertar’ os homens do trabalho, por meio do uso de máquinas que reduziriam o esforço físico e aumentariam seu tempo livre. Assim, “máquinas mais eficientes e o uso mais eficiente do tempo, eles acreditavam [os modernistas], levariam a um futuro sem trabalho, de enorme abundância material e tempo livre sem limites.” (Rifkin, 2004, p. 50)

Pode-se afirmar, mais uma vez, que a história do trabalho e do emprego evolui segundo o desenvolvimento tecnológico das civilizações, que decreta o aumento da produtividade do trabalho humano como seu lema. As inovações tecnológicas foram, aos poucos, permitindo aumento da produção de

mercadorias com mais qualidade, menor esforço e utilização de menos recursos. Tudo isso possibilitou que o trabalho mudasse da produção direta para a indireta; do cultivo, extração e fabricação para o consumo de serviços e trabalho administrativo. Os postos de trabalho também se diversificaram, com maior gama de profissionalização.

Tendo em vista que a tecnologia possibilita produzir cada vez mais e com menos esforço, a preocupação começou a recair sobre a provável substituição de mão-de-obra humana por máquinas, o que levaria ao chamado desemprego tecnológico. Para as organizações modernas, ainda hoje, o investimento pesado em novas ferramentas tecnológicas é uma prática bastante adotada para aumentar a produção com menores custos. Um dos maiores estudiosos da área na atualidade, Jeremy Rifkin, destaca que este investimento em tecnologia tem, de fato, estimulado a diminuição do número de postos de trabalho:

“A introdução de tecnologias mais sofisticadas associadas a ganhos de produtividade significa que a economia global pode produzir um número cada vez maior de bens e serviços empregando uma porcentagem cada vez menor da força de trabalho disponível”. (Rifkin, 2004, p. 11)

Para ele, surgiram e estão surgindo a todo o momento novas profissões e funções, mas mesmo assim a criação de postos de trabalho ainda é menor que o número de trabalhadores. Rifkin cita que o único novo setor no horizonte é o do conhecimento, mas que, no entanto, mais de 75% da força de trabalho na maior parte das nações industrializadas está desempenhando, ainda, as mesmas tarefas repetitivas tão combatidas pelas invenções da Revolução Industrial (Rifkin, 2004, p. 5). A verdade é que durante anos a massa trabalhadora da sociedade foi preparada para o trabalho físico, vinculado ao suor e pouca energia foi investida nas atividades relacionadas ao conhecimento, ao intelecto e à criatividade.

Por outro lado, analisando informações e dados coletados com diversos estudiosos e organizações internacionais que analisam a evolução do emprego, Castells (1999a, p. 328) chega a uma conclusão interessante: “[...] não há relação estrutural sistemática entre a difusão das tecnologias da informação e a evolução dos níveis de emprego na economia como um todo.” Isto porque, para ele, ao mesmo tempo em que empregos estão sendo

extintos, outros postos estão sendo criados em áreas diversas, mas essa relação de perdas e ganhos tem variado muito de acordo com a empresa, indústria ou país estudado, não sendo o desemprego tecnológico uma regra.

É fato que o desenvolvimento tecnológico sofre, ainda hoje, com o preconceito de muitos. Na Grécia Antiga, por exemplo, a rejeição ao progresso tecnológico estava mais relacionada ao fato de haver um número considerável de escravos, que diminuía a necessidade de máquinas. De Masi (2000, p. 38) defende que a humanidade apenas sobrevive graças ao auxílio da tecnologia e da escravidão, e que o desenvolvimento tecnológico incrementa a civilidade do ser humano, na medida em que vai acabando com a necessidade da escravidão. Portanto, a questão parece ser muito mais política, pois a tecnologia estaria ameaçando o sistema capitalista em vigor e possibilitando uma transformação profunda na sociedade, que parece estar diante de um de seus maiores desafios democráticos e a base da nova economia, o conhecimento, parece mais acessível a cada dia, cabendo à educação a redução das desigualdades sociais e preparação da mão-de-obra para um novo mercado de trabalho.

2.1. Algumas tendências sobre o trabalho e o emprego

Novamente mudanças relacionadas ao trabalho voltam a determinar o surgimento de uma nova era. Castells, por exemplo, em seu livro 'A sociedade em rede', reserva um capítulo especialmente para tratar das transformações ocorridas na "pós-modernidade" com relação ao trabalho. Isto porque, para ele,

"A transformação tecnológica e administrativa do trabalho e das relações produtivas dentro e em torno da empresa emergente em rede é o principal instrumento por meio do qual o paradigma informacional e o processo de globalização afetam a sociedade em geral." (Castells, 1999a, p. 265)

A importância do trabalho para a humanidade é tamanha que ele é apontado como a característica mais determinante para a transição para a era "pós-moderna". Diversos estudiosos como De Masi, Castells, Rifkin e Daniel Bell determinam o início do novo período histórico verificando, em especial, as mudanças ocorridas nas relações de trabalho. Daniel Bell, por exemplo (*apud*

De Masi, 2000, p. 83), em sua obra 'O advento da sociedade pós-industrial', data o surgimento da nova organização social em 1956, por tratar-se do ano em que os Estados Unidos registraram pela primeira vez a superação do número de trabalhadores no setor de serviços, ao invés da indústria e agricultura.

Hoje, pode-se notar uma transformação tecnológica e administrativa do trabalho. Na nova estrutura social, o foco da economia deixou de ser os produtos e passou a ser os serviços e há o surgimento de profissões administrativas e especializadas, diminuição do emprego rural e industrial, que vão dando lugar a atividades mais relacionadas aos conteúdos de informação. A previsão de muitos estudiosos é a de que o setor de serviços e o trabalho administrativo irão absorver a mão-de-obra que deixa as indústrias e o campo.

Com relação ao emprego propriamente dito, Castells (1999a, p. 272) apresenta uma análise de sua evolução nos países do chamado G-7 (grupo de sete dos mais desenvolvidos países do mundo). Os dados apresentados pelo autor são elucidativos para a determinação histórica da era "pós-moderna", com relação às tendências observadas no mundo do trabalho. Segundo ele, há dois períodos em que os dados apresentam significativa mudança. Entre 1920 e 1970, observa-se um declínio nas taxas de emprego rural destes países e, entre 1970 e 1990, uma queda nas taxas do emprego industrial. As quedas observadas podem ser atribuídas à evolução tecnológica aplicada ao trabalho e, muito provavelmente, esta mão-de-obra deve migrar para novos postos de trabalho nas áreas de serviços e administrativa, realizando um trabalho mais intelectual e criativo do que manual e repetitivo.

Como visto no capítulo anterior, há o surgimento de uma nova estrutura industrial, alicerçada no pós-industrialismo e no informacionalismo. Estas duas novas teorias apresentam-se refletidas no mundo do trabalho por meio das seguintes tendências que justificam a nova era: mudança gradual de uma economia de produtos para uma economia de serviços, surgimento de profissões administrativas mais intelectuais e especializadas, diminuição do emprego rural e industrial para dar lugar ao emprego baseado na informação e no conhecimento, ou seja, surgimento e valorização de atividades intelectuais, em detrimento do trabalho manual.

Daniel Bell (*apud* De Masi, 2000, p. 111) cita cinco fatores essenciais que marcaram a passagem da sociedade industrial da era moderna para a sociedade pós-industrial da era “pós-moderna”:

- 1- Passagem da produção de bens para a produção de serviços;
- 2- Aumento da importância de profissionais liberais e técnicos em relação à classe operária;
- 3- Papel central exercido pelo saber teórico ou o primado das idéias;
- 4- A questão da administração da tecnologia, tão poderosa na atualidade, que não pode mais ser administrada por indivíduos isolados ou mesmo por um só Estado;
- 5- Desenvolvimento de máquinas inteligentes, como os computadores, para realização do trabalho intelectual repetitivo.

Ainda com relação ao emprego, as pessoas também estão ocupando novos cargos, mais relacionados à administração e bastante mão-de-obra semi-qualificada no setor de serviços. O crescimento dos postos de trabalho deverá estar relacionado ao emprego rural (mas como prestação de serviços), crescimento de empregos nas áreas de prestação de serviços (saúde e empresarial), serviços temporários e terceirizados, crescimento do comércio varejista e do emprego público. As tendências também apontam para uma melhoria no grau de instrução dos trabalhadores.

Rifkin, assim como De Masi, destaca que a mudança principal está no uso do tempo livre dos trabalhadores, que deverão aplicar maiores esforços em atividades relacionadas ao voluntariado e à solidariedade, ao invés da acumulação de riquezas do capitalismo:

“O serviço comunitário é uma alternativa revolucionária para as formas tradicionais de trabalho. Ao contrário do trabalho escravo, da servidão e do trabalho remunerado, não é coagido nem se reduz ao relacionamento fiduciário.” (Rifkin, 2004, p. 242)

Ou seja, a redução da jornada de trabalho deixaria mais tempo livre para atividades voluntárias, sociais, que não visam ao lucro ou troca de materiais. Isto também acontece porque o Estado tem diminuído seu papel intervencionista e, por isso, os cidadãos têm se organizado cada vez mais em comunidades para defender seus próprios interesses.

Dados dos países do G-7 apontam algumas tendências das sociedades informacionais, como a diminuição gradual do emprego rural e declínio do emprego industrial tradicional; o aumento e diversificação de vagas no setor de serviços; o crescimento de empregos para administradores, profissionais especializados e técnicos; o aumento de empregados 'de escritório'; relativa estabilidade do emprego no comércio varejista; aumento de ocupações tanto no nível superior como no nível inferior da estrutura ocupacional; valorização dos profissionais qualificados e especializados ao longo do tempo de emprego. Sobre a crescente intelectualização do trabalho, ela acontece porque, na empresa em rede, o que gera valor agregado é a inovação de processos e produtos, que depende do potencial de pesquisa e aplicação de novas tecnologias da empresa e, por isso, há uma forte procura por profissionais com perfil especializado e que estejam constantemente se atualizando.

A força de trabalho também está se globalizando graças ao aumento de imigrações, que gera uma maior diversidade étnica. O emprego passa a ser global na medida em que a maioria das empresas torna-se multinacional, com profissionais viajando mais, trabalhando em diferentes países e com maior conhecimento sobre novas culturas. No entanto, as empresas apresentam maiores possibilidades de reduzir seu quadro funcional (*alto turn over*), e tenderá a manter apenas os trabalhadores mais qualificados, deixando os demais postos serem preenchidos por subcontratações, trabalhadores temporários ou terceirizados, automatizando funções e trabalhando com contratos mais flexíveis.

Outras tendências observadas na sociedade da informação em rede são a flexibilidade da jornada de trabalho e a individualização do trabalho. Isto implica em diminuição da estabilidade no emprego e trabalhadores que exerçam tarefas em casa ou outros locais fora do escritório. Graças às novas tecnologias da informação e da comunicação, observa-se um retorno às pequenas unidades produtivas do trabalho em casa, como na Idade Média com a produção artesanal, mas estas unidades não são mais oficinas separadas fisicamente. Agora, além de as unidades produtivas estarem conectadas umas às outras, as matérias-primas não são mais materiais, são intangíveis, são informação. Este novo tipo de trabalho é o que De Masi (2000) denomina "teletrabalho", um tipo de atividade flexível e criativa que depende da

escolarização dos indivíduos, da formação crítica e domínio das novas tecnologias. Ele define:

“Teletrabalho é um trabalho realizado longe dos escritórios empresariais e dos colegas de trabalho, com comunicação independente com a sede central do trabalho e com outras sedes, através de um uso intensivo das tecnologias da comunicação e da informação, mas que não são, necessariamente, sempre de natureza informática.” (De Masi, 2000, p. 214)

No entanto, as exigências do mercado de trabalho por flexibilidade, individualização e especialização causam um certo mal-estar nos trabalhadores, que são obrigados a acompanhar as vertiginosas transformações da era “pós-moderna”. Sennett (1999, p. 9) trata sobre a angústia das exigências do mercado de trabalho em sua obra ‘A corrosão do caráter’ e cita que “pede-se aos trabalhadores que sejam ágeis, estejam abertos a mudanças a curto prazo, assumam riscos continuamente, dependam cada vez menos de leis e procedimentos formais.” Os indivíduos da atualidade se perguntam cada vez mais sobre como buscar objetivos a longo prazo numa sociedade de curto prazo, como manter relações sociais duráveis, como desenvolver uma história de vida numa sociedade composta por episódios e fragmentos (Sennett, 1999, p. 27).

Retomando a teoria básica de Domenico De Masi (2000, p. 16), que explica a evolução do trabalho, o autor divide-a em três etapas básicas: o trabalho desenvolvido como esforço físico, evoluiu para o trabalho intelectualizado, mas de forma repetitiva e, por fim, estaria passando a ser realizado como uma atividade intelectual criativa (que seria o que De Masi chama de ‘ócio criativo’, relembrando o ócio da Grécia Antiga, no qual trabalho, aprendizado e jogo misturam-se, originando uma atividade prazerosa). Portanto, enquanto a sociedade industrial introduziu máquinas modernas ao trabalho para realização das atividades manuais, reduzindo o esforço físico dos trabalhadores, a sociedade pós-industrial está disseminando o uso da informática para realizar o trabalho intelectual repetitivo, reduzindo possíveis erros humanos. Por isso, o próximo provável passo para o trabalho, e que servirá de argumento para este estudo, é o desenvolvimento de um novo tipo de trabalho, o trabalho que aliará esforço intelectual à criatividade de que

somente o ser humano é capaz. Assim, as máquinas e a tecnologia em si não terão como substituir a mão-de-obra humana, única capaz de aliar inteligência, criatividade e senso crítico.

Como abordado anteriormente, na “pós-modernidade” a fonte da produtividade passa a ser o conhecimento e a informação e, por conseguinte, estão em destaque as profissões que lidam com informação e conhecimento, além das profissões administrativas. A ênfase deste novo mercado não deve ser a indústria, mas a informação. Porém, os empregos na área industrial não deixarão de existir, apenas irão transformar-se de atividades mais mecânicas para processos interligados pelo conhecimento. Rifkin corrobora esta afirmação quando diz que:

“O surgimento da digitalização aumenta a importância da inteligência abstrata na produção e requer, portanto, que os operários assumam ativamente o que antes eram consideradas atividades intelectuais.”
(Rifkin, 2004, p. 100)

Ou seja, a automação do trabalho, aliada ao desenvolvimento da tecnologia da informação, abre espaço para que o trabalho intelectualizado seja cada vez mais valorizado. Enquanto o trabalho repetitivo e rotineiro vai sendo substituído por máquinas, o mercado de trabalho procura trabalhadores mais capacitados não apenas para operar máquinas informatizadas, mas para desempenhar funções que requerem criatividade e senso crítico. O crescimento desse fenômeno pode ser observado e é atestado por estudiosos do campo do trabalho:

“Além disso, sempre com base nas estatísticas, constato que, tanto no tempo em que se trabalha quanto no tempo vago, nós, seres humanos, fazemos hoje sempre menos coisas com as mãos e sempre mais coisas com o cérebro, ao contrário do que acontecia até agora, por milhões de anos.” (De Masi, 2000, p. 16)

Além disso, as atividades e profissões mais valorizadas na “pós-modernidade” são aquelas que se realizam com o uso do intelecto, mas que estejam diretamente relacionadas à criatividade. E é por isso que cada vez mais os pais investem na formação de seus filhos, com o estudo de várias línguas, informática, viagens ao exterior e, mesmo assim, passamos nossa vida inteira estudando, com cursos de pós-graduação ou cursos de extensão.

O maior interesse pelo estudo, por informação que pode ser transformada em conhecimento, faz com que os indivíduos desta nova sociedade sejam menos dependentes da mídia de massa e sua *agenda setting* e mais conectados com o mundo globalizado por esta nova ferramenta de espírito democratizante, a Internet. São cidadãos cada vez menos passivos, observadores bem mais engajados, com o poder, conferido pela informação, de discutir criticamente os mais variados assuntos. Afinal de contas, canais para expressão de opiniões são abundantes nesta nova sociedade da informação em rede.

2.2. Aprendizado e trabalho

É certo que as transformações do cenário tecnológico da era “pós-moderna” afetaram, de forma particular, os meios de comunicação e suas linguagens e outorgaram maior importância à informação e ao conhecimento. O conhecimento, durante muito tempo, foi tido como bem de uso, sem vistas ao lucro, mas como forma de atender a necessidades pessoais ou de pequenos grupos e, agora, tem passado à condição de gerador de lucro, como base para produção de bens materiais e, em especial, imateriais, para o mercado consumidor. Assim, “noutras palavras, ter conhecimento e informação virou questão decisiva para o acesso ao universo do poder, da inclusão social, do maior domínio das tecnologias etc.” (Citelli, 2001, p. 64)

O conhecimento, na “pós-modernidade”, enquanto processo de conferir significação e dominar as novas linguagens, é organizado em rede, por meio de grupos de estudo descentralizados e globalizados, com forte característica democratizante. Além disso, ele está intimamente relacionado à criatividade que faz nascerem inovações e idéias que alteram o ritmo produtivo e constroem novos mercados e impérios.

Outro fator determinante da nova era é o conceito de trabalho, que vem perdendo seu vínculo com o de emprego. O trabalho, nos dias de hoje, não se restringe mais apenas às atividades remuneradas mensalmente na qual os trabalhadores passam oito horas de seu dia em um local designado como posto de trabalho. Com a informática, temos o teletrabalho, o trabalho em casa, o profissional liberal, o trabalho voluntário, autônomo, entre outros.

Um ponto importante a ser destacado é a relação das transformações do mundo do trabalho com a sociedade do conhecimento. Citelli destaca que:

“Uma característica importante dessas novas maneiras de se operar as relações profissionais no mundo pós-industrial é o requisito da formação permanente – o que necessita dizer que o trabalhador precisa estar em constante reatualização –, dos diálogos interdisciplinares – o sujeito precisa possuir certa mobilidade para estabelecer vínculos dialógicos com áreas mais ou menos afins às suas – e autonomia – é requisitada a geração de idéias e criatividade.” (Citelli, 2001, p. 66)

Para se ter uma idéia, enquanto o artesão pré-industrial necessitava de cinco anos para capacitação profissional, o que lhe bastava como preparação para uma vida inteira de trabalho, hoje o profissional contemporâneo que não se atualiza fica obsoleto neste mesmo período de tempo. Existe a necessidade da educação continuada, de estar constantemente renovando conhecimentos, nesta sociedade da informação em rede em que tudo se transforma em uma velocidade incrível. Portanto, enquanto o tempo de preparação para um trabalho que exige algum tipo de esforço físico leva alguns dias ou semanas, o trabalho intelectual exige uma formação muito mais extensa, com anos de estudo e atualizações constantes.

De Masi (2000, p. 62-63) aborda a evolução da formação e educação da civilização durante as épocas históricas. Nas oficinas artesanais e na lavoura patriarcal, ao mesmo tempo em que a criança cresce, aprende com os pais a trabalhar e também já vai produzindo enquanto aprende. Na sociedade industrial, o que se aprende enquanto estagiário vale por toda a vida do operário. Já na sociedade pós-industrial, as mudanças são contínuas e requerem uma formação ininterrupta, seja na escola, na universidade ou no trabalho.

Como visto anteriormente, no mundo do trabalho de hoje, convive-se com uma situação de desemprego estrutural, sobrecarga para os empregados que estão trabalhando, fim da estabilidade no emprego, surgimento constante de novas formas de subemprego (trabalhos temporários, autônomos, terceirizados, entre outras formas), desestruturação dos limites de tempo e espaço com a globalização, advento da empregabilidade (necessidade de capacitação permanente) e, por isso, as empresas começam a investir mais na

mão-de-obra. Lentamente a tendência de renovação constante da mão-de-obra, o chamado *turn over*, vai dando lugar a investimentos na capacitação contínua dos empregados, financiando-se mão-de-obra atualizada e que já conhece os procedimentos básicos da empresa.

Além disso, o conhecimento tem envelhecido muito mais rapidamente. Para se ter uma idéia, 50% do que um aluno universitário do curso de Eletrônica aprende quando calouro já está obsoleto ao final do curso. Entre os Engenheiros, daqui a dez anos, 90% do que eles sabem já deverá estar disponível via Internet.

Por tudo isso, é esperado que grande parte dos trabalhadores esteja envolvida em re-treinamento do trabalho na maior parte do dia e este treinamento deverá ser efetuado pelos empregadores atuais. O advento da Internet exige trabalhadores mais sofisticados e com mais conhecimento e, trabalhadores treinados estarão em falta em aproximadamente quinze anos. Segundo Rifkin (2004, p. 100): “O surgimento da digitalização aumenta a importância da inteligência abstrata na produção e requer, portanto, que os operários assumam ativamente o que antes eram consideradas atividades intelectuais”.

No mundo globalizado, o aprendizado deve estar alinhado com as atividades do dia a dia, apresentando técnicas flexíveis, mobilidade de conteúdo (que deve estar centrado nos interesses e aspirações do aluno), programas sob medida para cada aluno, aprendizagem contínua e valorização da educação informal, mais relacionada às atividades práticas. A educação destes empregados deve estimular a vontade de aprender, para fazer com que o indivíduo atue pró-ativamente no ambiente organizacional.

E as novas tecnologias não apenas demandam treinamento como são ferramentas para o aprendizado. O treinamento à distância, por exemplo, é comum em muitas organizações, já que a força de trabalho precisa aprender continuamente. O investimento em treinamento à distância reduz as despesas com viagem e o tempo destinado ao treinamento em si. O treinamento mediado por tecnologia oferece aos alunos liberdade para trabalhar a qualquer hora, em qualquer lugar e com quaisquer pessoas que se deseje.

Assim, é visível que em uma sociedade do conhecimento seja cada vez mais valorizada a mão-de-obra qualificada e treinada para pensar de forma

crítica. Este treinamento pode e deve ser oferecido pelos empregadores, que constituem o mercado que irá absorver estes trabalhadores qualificados para o trabalho em uma sociedade da informação em rede.

Sabe-se que a rápida expansão da Internet transforma a vida urbana de tal maneira que, para sobreviver, as organizações terão que ser mais rápidas, flexíveis, ágeis e fluídas. A flexibilidade organizacional graças à instituição de empresas em rede requer também trabalhadores conectados na rede, com jornada flexível e outros sistemas de trabalho, como o trabalho autônomo e subcontratações (Castells, 1999b, p. 418). Segundo Sorj e Guedes (2005), o principal lugar de acesso das populações de baixa renda à Internet acontece no local de trabalho. O trabalho, muitas vezes, representa o primeiro contato do usuário com a tecnologia digital e, devido ainda ao custo elevado de acesso, a organização em geral acaba sendo um dos únicos locais de acesso desses usuários.

Além do mais, a informatização acelerada, em especial no mercado de trabalho e na educação, é percebida pela população, que, por sua vez, acredita que a capacitação tecnológica garante sucesso na educação e na vida profissional:

“A posse do computador, porém, está também associada a um componente intangível: a disseminação de uma cultura de valorização da informática associada em especial à noção de que seu domínio é condição de emprego e sucesso na educação.” (Sorj e Guedes, 2005, p. 105)

Portanto, neste segundo capítulo foi abordado o conceito de trabalho como fator determinante da era “pós-moderna”, tendo evoluído no seio da civilização humana em conjunto com o desenvolvimento tecnológico. O aumento da produtividade com produtos de maior qualidade e produzidos com menor esforço físico possibilitou o nascimento de profissões relacionadas ao conhecimento e à criatividade, bem como a flexibilidade da jornada de trabalho e individualização do trabalho. Foi visto que, em especial os conhecimentos básicos de computação e Internet, são crescentemente considerados pré-requisitos de acesso ao emprego e, tendo em vista que a demanda por estes profissionais concentra-se em grande parte nas organizações privadas, parece

lógico que elas invistam em programas de inclusão digital para capacitação e qualificação da mão-de-obra.

Até o momento, foi apresentada uma análise do cenário da era “pós-moderna” e as mudanças ocorridas também no mundo do trabalho. No próximo capítulo será abordado como a comunicação nas organizações e as Relações Públicas podem aproveitar-se das transformações em curso para traçar estratégias e políticas de gestão que respondam ao cenário apresentado, gerando vantagens para as organizações.

Capítulo 3: O papel da Comunicação nas organizações “pós-modernas”: estratégias e políticas de gestão em Relações Públicas

O ser humano não vive isoladamente, mas em contínua interação com o outro e com o meio ambiente. Devido às limitações individuais, as pessoas cooperam uns com os outros, formando organizações para alcançar objetivos que não seriam possíveis com ações isoladas. Para Barnard (*apud* Chiavenato, 1985, p. 20),

“A organização é um sistema de atividades conscientemente coordenadas de duas ou mais pessoas. [...] Uma organização somente existe quando há pessoas capazes de se comunicarem e que estão dispostas a contribuir com ação conjunta, a fim de cumprirem um objetivo comum.”

Logo, um dos fatores condicionantes para a existência das organizações é que seus componentes estejam habilitados a se comunicar. O surgimento da comunicação remonta ao início dos tempos, quando o homem percebeu a existência do outro (alteridade). A descoberta da alteridade que, para o animal não existe, causou uma fratura entre a raça humana e o mundo. A alteridade gerou, então, a necessidade da comunicação, para promover a troca entre o homem e o outro. Para a professora França (Holfeldt, Martino e França, 2001, p.41), da UFMG, a comunicação é o “processo social básico de produção e partilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas”. Sendo assim, a comunicação só foi possível pela utilização de um universo simbólico comum a ambas as partes envolvidas no processo. De uma maneira mais simples, a comunicação pode ser entendida como a troca de mensagens entre seres humanos ou, ainda, a ação de tornar algo comum.

No início, a comunicação se manifestava através de códigos não verbais, ou seja, a comunicação acontecia através de sons e gestos. Só depois a comunicação evoluiu para os códigos escritos, gerando toda uma cultura escrita, que possibilitou o registro da mensagem.

Após a escrita, houve a solidificação do processo com a criação da imprensa e dos meios de comunicação social (Mídia Impressa, Rádio, Cinema,

TV e Internet). Agora, a comunicação é mediada pela tecnologia, o que aumentou sua capacidade de transmissão de informações e fez com que as mensagens chegassem a um número cada vez maior de pessoas. Os meios de comunicação foram criados com o propósito da difusão coletiva de mensagens, através de uma disseminação rápida e generalizada. O objetivo passou a ser atingir a massa, como uma maneira de influenciá-la. Desta forma, quem possuía os meios de comunicação acreditava ter o poder de persuadir a massa em favor de seus objetivos. A comunicação, vista por este ângulo, tem como objetivo ser um instrumento racional de controle por meio da persuasão.

Os meios de comunicação de massa surgiram no mesmo período em que as organizações modernas. Retomando a idéia de que, para existir, a organização necessita de que os indivíduos que a compõem troquem experiências – sejam capazes de se comunicar –, desenvolve-se também a comunicação organizacional, que é a troca de valores, crenças e tecnologias dentro de uma determinada comunidade (organização).

A comunicação, de uma maneira geral, encontra-se totalmente sujeita às mudanças ocorridas no ambiente, sejam elas de caráter cultural, político, econômico ou social. Especialmente para este estudo, existe a preocupação de analisar as mudanças nas formas de comunicação dentro das organizações e que ocorreram em decorrência das transformações na maneira de pensar na modernidade e com a chegada da chamada “pós-modernidade”.

Em princípio, estas mudanças podem ser observadas dentro das organizações, que foram sofrendo seus reflexos e adequando-se às necessidades que surgiram em cada uma das épocas. Assim, no início, as organizações modernas surgiram para atender às necessidades das indústrias da Revolução Industrial e foram criados modelos de administração próprios para aumentar a produtividade e, como consequência, o lucro.

Em um primeiro momento, o modelo administrativo adotado foi o de Taylor. Como a Revolução Industrial trouxe para os processos o uso de máquinas, a exigência era que os trabalhos desempenhados pelos operadores dessas máquinas fossem tão mecanizados e sistematizados quanto o trabalho das próprias máquinas. Portanto, o sistema de trabalho era fechado, regado, favorecendo um controle rígido das funções e dos tempos para que elas fossem realizadas. Acreditava-se que um maior controle fosse a solução para

um aumento da produção e do lucro. A comunicação, nas organizações que adotavam esse sistema de administração, era completamente de caráter informacional, limitando-se às orientações para o trabalho. Comunicar algo, além disso, significava perder tempo destinado para a produção. Internamente, o fluxo de informações tinha um caráter predominantemente descendente, ou seja, as informações partiam prioritariamente da alta gerência para os empregados, com mensagens formais. Já no âmbito externo, o excedente de produção possibilita o surgimento da publicidade, como forma de aquecer a economia.

Na mesma época, desenvolve-se outra corrente teórica da administração, a teoria burocrática, com foco nos processos que estavam sendo desenvolvidos e ênfase nas normas e regulamentos da organização. A comunicação nessas organizações também estava mais preocupada em informar e o fluxo predominante também era o descendente, com linguagem formal.

Uma característica marcante que pode ser observada neste primeiro momento das duas correntes administrativas (que chegaram a determinar outros modelos, inclusive) é a presença da razão como dominante no processo de construção da forma de trabalho. E é esta mesma razão que aparece como característica essencial do período modernista.

Em um segundo momento, surgiram as teorias que valorizavam as relações humanas. Segundo essas teorias, as necessidades humanas dos empregados devem ser integradas às necessidades organizacionais e, ao satisfazê-las, o administrador conseguiria o aumento da produção e do lucro. Além do reconhecimento das necessidades humanas, foi reconhecida a importância do ambiente para a organização, agora vista como um sistema aberto, ou organismos vivos, que necessitam de trocas constantes com o ambiente. Esses organismos sofrem intervenções tanto internas como externas do ambiente que as rodeia. A comunicação, nestas organizações, começa a adquirir um caráter interessante de 'troca' de informações. A opinião dos empregados começa a importar para o administrador e estabelece-se uma tentativa de diálogo entre organização e seus públicos.

Enquanto teorias da administração, ou seja, existindo como tentativas de racionalizar processos para obter um resultado (aumento da produtividade e do

lucro), estes estudos pertenciam à época modernista. Porém, a importância dada à comunicação enquanto troca de informações na Escola de Administração das Relações Humanas já aponta para o início de uma próxima era caracterizada, em especial, pelo domínio da emoção, ao invés da razão, a “pós-modernidade”.

É certo que a ruptura entre a modernidade e a “pós-modernidade” é um processo em andamento. Se tomarmos como base algumas estruturas de poder, por exemplo, veremos que elas ainda estão, de alguma forma, ligadas às idéias modernas. Um caso interessante ocorre com as alterações constantes do código civil no Brasil. Normalmente, a modificação das leis só vai acontecer após algum tempo de observação da realidade do país.

O que podemos verificar é que o surgimento da “pós-modernidade” está vinculado a uma sociedade na qual as mudanças acontecem com uma rapidez tremenda, a aldeia global e, muitas vezes, as estruturas não conseguem seguir essas transformações no mesmo ritmo. É como se as informações fossem mais rápidas e ainda continuássemos utilizando o velho modo de produção de bens materiais.

A globalização, e mesmo a idéia de que vivemos em um mundo global, marca o final do século XX e início do século XXI com discussões relacionadas à cultura globalizada e às novas formas de dominação que surgiram com essa cultura. A idéia de uma aldeia global, onde todos os países do mundo interagem em uma cultura mais ou menos mundial, serve aos interesses de algumas organizações multinacionais, já que globalização não é um processo homogêneo.

Neste contexto em que a produção de informação é mais rápida que a produção de bens materiais, o que pode ser observado é o aumento do número destas empresas multinacionais, que se adaptam com bastante agilidade às mudanças. Um exemplo de adaptação à cultura global é a criação de símbolos, as logomarcas, como uma maneira de globalizar o produto e torná-lo reconhecido em qualquer lugar do planeta.

As organizações acabaram descobrindo que a “pós-modernidade” exige delas uma preocupação enorme com suas marcas e com sua imagem, que se tornaram o patrimônio mais importante que elas possuem. Com a industrialização e a produção em massa, o único diferencial de um produto

passou a ser a imagem de sua marca, o seu conceito. Por isso, o investimento crescente em publicidade foi a tática utilizada pelas grandes corporações. E não era apenas o conceito da marca que fazia vender um produto, mas o estilo de vida que ela representa; os produtos, de repente, adquiriram vida e invadiram o cotidiano das pessoas. Por isso, o trabalho da sede era fortalecer esta marca e gerenciar seus conceitos, enquanto que as filiais ficaram responsáveis pelo processo mecânico da produção. Todas essas práticas estão baseadas nos conceitos “pós-modernos”.

A figura do comunicador passou, aos poucos, a assumir o papel de conciliador entre os interesses da organização e os interesses dos seus públicos, o que representa o nascimento das Relações Públicas. Utilizando a teoria de administração de relações humanas e teorias que eram variações dessa, passou-se a acreditar que a produção e a vida da empresa está intimamente ligada ao bem-estar de seus empregados e que a simbiose da organização com o ambiente torna-a responsável pelos impactos de suas ações na sociedade em geral.

Assim, surgem cada vez mais prêmios e publicações que apontam as melhores empresas para se trabalhar e pode-se notar que, dentre as melhores práticas, estão as organizações que levam em conta a satisfação dos funcionários e da sociedade em geral. E para considerar o bem-estar do empregado e sociedade, estas empresas foram ouvir o que os públicos têm a dizer. Ou seja, a comunicação foi a chave para uma melhor excelência no relacionamento entre a organização e seus diversos públicos na “pós-modernidade”.

O cenário que está sendo apresentado acima é um cenário de transição de valores, que não significa a morte das idéias modernas ou mesmo da Idade Moderna. É claro que muitas empresas ainda continuam adotando as práticas racionalistas da modernidade para administrar suas organizações e há uma mescla de exemplos variados de administração e comunicação. No entanto, a tendência parece ser a adoção de uma comunicação cada vez mais mediada por tecnologias que permitem uma rapidez e precisão maiores das informações. O caminho para que as organizações obtenham um maior envolvimento humano nas atividades desempenhadas está diretamente ligado à troca de experiências entre organização e seus públicos. Para essa troca ser

efetiva, é vital o papel que a comunicação assume que deve ter um caráter de mão-dupla, que considere a opinião dos empregados e consumidores, e concilie as ações da organização com o que seus públicos esperam dela.

3.1. Relações Públicas: funções essenciais

Como visto anteriormente, as organizações, enquanto sistemas abertos, promovem constantes trocas com o ambiente no qual estão inseridas, recebendo insumos, transformando-os e devolvendo-os para o ambiente. Esta afirmação é a base da Teoria Geral dos Sistemas, que conta, particularmente, com a contribuição do biólogo alemão Ludwig von Bertalanffy, que desenvolveu o Modelo de Sistemas Abertos “[...] entendido como complexo de elementos em interação e em intercâmbio contínuo com o ambiente.” (Motta, 1997, p.74) Katz e Kahn (*apud* Simões, 1997, p. 106) também destacam a Teoria dos Sistemas Abertos, chamando atenção para o desenvolvimento de subsistemas de apoio:

“Há uma necessidade constante de apoio do meio. É por isso que dentro da organização se desenvolvem subsistemas que institucionalizam as relações com o ambiente e garantem tal apoio. Muitas vezes uma organização terá departamentos separados para a mercadização, propaganda e vendas; para recrutamento e seleção de pessoas; para procura de matérias-primas; e para Relações Públicas e contato com a sociedade maior.”

Ou seja, as organizações utilizam-se de diversos subsistemas que interagem com a finalidade de oferecer suporte à interface entre a organização e o ambiente no qual ela está inserida. Neste sentido, Kunsch (2003, p. 98-99), com o propósito de delinear a prática das Relações Públicas no ambiente organizacional, posiciona a atividade como subsistema de apoio das organizações, visando fortalecer seu sistema institucional e interagindo com os demais subsistemas. Assim, tendo como suporte teórico pesquisas de James Grunig, Todd Hunt e Roberto Porto Simões, Kunsch (2003, p. 99) define que

“[...] a área de Relações Públicas constitui também um subsistema organizacional e exerce funções *essenciais* e *específicas* (*grifo da autora*), apoiando e auxiliando os demais subsistemas, sobretudo nos

processos de gestão comunicativa e nos relacionamentos das organizações com seu universo de públicos.”

Na área da Comunicação, a atividade responsável pelo gerenciamento das relações institucionais entre uma organização e seus públicos são as Relações Públicas. A perspectiva dialógica e participativa oferecida pelo cerne das Relações Públicas está completamente alinhada com o espírito “pós-moderno” da sociedade da informação em rede, em especial quanto ao seu caráter social e democratizante.

De acordo com Ehling, White e Grunig (1992, p. 384 *apud* Kunsch, 2003, p. 97), as atividades de Relações Públicas são embasadas em quatro teorias essenciais: 1. teoria interorganizacional; 2. teoria de gerenciamento; 3. teoria da comunicação; e 4. teoria de conflitos-resoluções. Kunsch (2003, p. 100) baseia-se nestas teorias para indicar funções essenciais para o planejamento e gestão das Relações Públicas nas organizações. A correspondência entre essas teorias e as funções essenciais das Relações Públicas apontada pela autora seria: a função administrativa (teoria interorganizacional), a função estratégica (teoria de gerenciamento), a função mediadora (teoria da comunicação) e a função política (teoria de conflitos-resoluções).

3.1.1. Função administrativa

É comum designar Relações Públicas como atividade responsável pela administração da comunicação. Este fato gera até mesmo questionamentos bastante comuns de acadêmicos e pesquisadores que acreditam que a atividade estaria mais relacionada à área de Administração do que à de Comunicação. Ianhez (2004, p. 155) afirma: “Relações Públicas é a comunicação na administração, no que diz respeito à sua visão institucional e à adequada utilização desta em todas as áreas da estrutura organizacional.”

Kunsch (2003, p. 100) reconhece a função administrativa das Relações Públicas como fator de integração entre as diversas partes da organização, como atividade de comunicação que promove o diálogo e o entendimento necessário para que a organização seja entendida como um todo perante seus públicos. Assim, a autora define que,

“como função administrativa, as Relações Públicas, por meio de suas atividades específicas, visam atingir toda a organização, fazendo as articulações necessárias para maior interação entre setores, grupos, subgrupos etc.”

Portanto, esta função essencial das Relações Públicas enfatiza o caráter de gerenciamento da comunicação assumido pela atividade, auxiliando a alta administração a manter-se informada sobre os interesses da opinião pública para ter subsídios para responder de forma efetiva. É por isso que muitos teóricos adotam como fator essencial que as Relações Públicas sejam uma gerência ligada diretamente à alta administração, para que elas funcionem como elo de integração entre a organização e todos os seus públicos. Uma das conclusões de Grunig (2003, p. 78), em seu estudo IABC de excelência em Relações Públicas, foi de que “nas organizações com departamentos de Relações Públicas excelentes, o gerente de Relações Públicas era considerado como um dos gerentes com pleno acesso aos gerentes mais poderosos da organização.” Esta característica, apontada por Grunig como um dos pontos para a prática excelente de Relações Públicas, além de demonstrar sua função administrativa, como facilitadora da coesão interna da organização e desta com seus públicos, também expressa o caráter estratégico que as Relações Públicas vêm cada vez mais assumindo nas organizações modernas.

3.1.2. Função estratégica

De origem militar, a palavra estratégia designa o planejamento e a execução tática de movimentos de forças militares visando alcançar objetivos pré-determinados. No entanto, por extensão, o termo é empregado significando, também, a aplicação eficaz de recursos, valendo-se de condições favoráveis do ambiente, para atingir objetivos específicos.

O conceito de estratégia foi replicado da área militar para as organizações e, por isso, é tema recorrente nos estudos de Administração. Há uma grande lista de autores com teorias sobre estratégia aplicada nas organizações, mas, no entanto, não há uma definição única sobre o tema. Beppler (2003), em seu artigo “E afinal, o que é estratégia?”, faz uma compilação de conceitos dos mais importantes expoentes da Administração no

estudo da estratégia corporativa. A autora cita que Andrews define estratégia como um modelo de decisão, influenciado pela cultura e valores, que pode ser incorporado pela organização quando fosse considerado confiável. Já Henderson acredita na estratégia como análise da concorrência como forma de estabelecer uma vantagem competitiva. Porter privilegia o posicionamento estratégico e Mintzberg identifica o posicionamento estratégico como um dos cinco P por ele identificado: estratégia como plano; como trama para confundir a concorrência; como um padrão de ações que sempre dá resultado e como a organização se percebe frente ao mercado, além de ser a forma como a organização se posiciona.

Levando-se em consideração a avalanche de transformações pelas quais o mundo tem passado nos últimos anos, traçar estratégias de Relações Públicas não é tarefa das mais fáceis. Tendo como base a Teoria Geral dos Sistemas, destaca-se a importância adquirida, em especial na era “pós-moderna”, das influências do ambiente que rodeia as organizações, determinando a direção para onde elas seguirão. Assim, assumir um posicionamento estratégico em Relações Públicas é, principalmente, conhecer o cenário geopolítico, social, econômico e tecnológico (Kunsch, 2003, p. 58) da era da informação em rede e estabelecer ações alinhadas com o rumo para o qual o mundo está caminhando.

Resumindo, a estratégia começa com uma visão de futuro para a empresa e implica na definição clara de seu campo de atuação, na habilidade de previsão de possíveis reações às ações empreendidas e no direcionamento que a levará ao crescimento. A definição de objetivos, em si, não implica em uma estratégia. Os objetivos representam os fins que a empresa está tentando alcançar, enquanto a estratégia é o meio para alcançar esses fins. Logo, em um sentido geral, estratégia é a definição dos grandes objetivos e linhas de ação estabelecidas nos planos empresariais ou governamentais. Tática, em complemento, definiria de forma mais detalhada como atingir esses objetivos. Entretanto, segundo Mintzberg, estratégia pode ser entendida como plano (curso pretendido) ou idéia de futuro; como padrão (comportamento ao longo do tempo) o que incorpora o oposto da idéia anterior, já que assume um olhar voltado para o passado.

No Brasil, apenas na década de 1980 as organizações começaram a adotar o conceito estratégico com mais força. Trabalhou-se o conceito de posicionamento estratégico da Comunicação em geral, com a integração das atividades em torno de uma finalidade comum procurando contar com o apoio e participação da alta administração empresarial para um planejamento eficiente, como explicitado anteriormente.

A Comunicação no país “passou a ser estratégica para as organizações, o que significa que se vinculava estritamente ao negócio, passando, também, a ser comandada por profissionais com uma visão abrangente, seja da comunicação, seja do mercado em que a empresa ou entidade se insere.” (Bueno, 2003, p. 7) O planejamento estratégico da Comunicação começou a ser amplamente utilizado, como busca pelas melhores formas de gerenciar ações estratégicas das organizações, conferindo extrema importância às demandas sociais e competitivas, às ameaças e oportunidades do ambiente, para uma tomada de decisões que leve em consideração suas implicações no futuro (Kunsch, 2003, p. 214).

Assim, a função estratégica das Relações Públicas está diretamente relacionada às escolhas da organização quanto ao seu posicionamento diante da sociedade. Em seus estudos, Grunig (2003, p. 76) destaca que muitas associações internacionais de pesquisa têm patrocinado seminários e publicações a respeito do tema, indicando que a maioria dessas discussões “[...] está focalizada nas idéias de que deve existir planejamento, administração por objetivos, avaliação e uma vinculação aos objetivos da organização.”

O autor relaciona os estudos das Relações Públicas estratégicas às pesquisas sobre administração estratégica, elucidando sobre a importância conferida à missão da organização e ao seu meio de atuação. Kunsch (2003, p. 103), em sua classificação das funções essenciais das Relações Públicas, também considera o fato de as Relações Públicas excelentes estarem de acordo com a missão da organização:

“Numa perspectiva moderna, as Relações Públicas precisam demonstrar sua contribuição também como um valor econômico para as organizações. Isto é, suas atividades têm de apresentar resultados e ajudar as organizações a atingir seus objetivos, cumprir sua missão, desenvolver sua visão e cultivar seus valores.”

É importante ressaltar, ainda, que para uma atuação estratégica das Relações Públicas é necessário que os profissionais conheçam os anseios e necessidades dos públicos da organização, para que haja um equilíbrio de interesses em ações que valorizem o diálogo. Esta é a base tanto para um posicionamento estratégico das Relações Públicas, identificando cenários, como para exercer a função essencial que será tratada no próximo item.

3.1.3. Função mediadora

A função mediadora das Relações Públicas é a que diz respeito ao diálogo por ela viabilizado entre organização e públicos. Entende-se por diálogo a troca ou discussão de idéias, de opiniões, de conceitos, com vistas ao entendimento; a comunicação em si e não apenas no sentido único que possui o ato de informar. Kunsch (2003, p. 106) esclarece que a essência das Relações Públicas é a promoção do diálogo, da comunicação de mão-dupla, o estímulo ao entendimento mútuo entre organização e públicos e aponta esta característica como exercício de sua função mediadora.

Um dos teóricos precursores das Relações Públicas no Brasil, o professor Cândido Teobaldo de Souza Andrade (2001, p. 104), atesta esta função mediadora:

“Relações Públicas, em uma empresa, não têm em mira, unicamente, informar os seus públicos, mas, precisamente, conseguir estabelecer com eles uma verdadeira comunhão de idéias e de atitudes, por intermédio da comunicação.”

Nos Estados Unidos, Grunig (2003, p. 86-87) destaca que as Relações Públicas excelentes devem ser simétricas. O autor, juntamente com Todd Hunt (*apud* Kunsch, 2003, p. 106) verificou a existência de quatro modelos da prática das Relações Públicas: o modelo de agência de imprensa / divulgação (programas para obter publicidade favorável para uma organização mediante o uso da mídia), o modelo de informação pública (disseminação de informação verídica para a mídia massiva), o modelo assimétrico de duas mãos (mensagens para persuadir públicos estratégicos a se comportarem da forma que a organização deseja) e o modelo simétrico de mão-dupla (utiliza a

negociação, o diálogo em si). Para Grunig (2003, p. 88), o último modelo é o que caracteriza a prática de Relações Públicas excelentes:

“O princípio de simetria significa que os valores e problemas das organizações e dos públicos são ambos relevantes. O diálogo de duas mãos faz com que as Relações Públicas sejam inerentemente éticas e faz com que a organização seja mais responsável para com a sociedade.”

Patrícia Murphy (*apud* Kunsch, 2003, p. 107-108) ainda propõe um quinto modelo, o de motivos mistos, baseado na negociação e na teoria dos jogos. Ele surge da combinação do modelo assimétrico de duas mãos com o simétrico de duas mãos, destacando que, na prática, o equilíbrio perfeito dos interesses da organização e dos públicos não existe, pois se tratam, na maioria das vezes, de opiniões antagônicas.

De qualquer forma, está claro que o objetivo último das Relações Públicas é a identificação de interesse privado com o interesse público. Esta conciliação de interesses, estimulada pelo diálogo e entendimento mútuo, está presente em Andrade (1989, p. 98) e também diz respeito à próxima função essencial das Relações Públicas que será abordada a seguir:

“Poderíamos mesmo dizer que a atividade de Relações Públicas consiste na execução de uma política e um programa de ação que objetivam conseguir a confiança para as empresas, públicas ou privadas, de seus públicos, de molde a harmonizar os interesses em conflito.”

3.1.4. Função política

A adoção de uma política pressupõe negociação, coalizão e formação de consenso sobre certo assunto. Isto significa que uma política pode ser tanto o resultado de uma negociação de interesses entre agentes de decisão e beneficiados pela política como uma escolha unilateral do agente de decisão apenas. Para Jambeiro (2003, p. 221), uma política é

“[...] um conjunto de objetivos específicos e princípios normativos para sua consecução e responde à realidade de determinado momento histórico. O processo de sua elaboração deve garantir não só sua legitimidade, mas também a capacitação social para geri-la e fazê-la avançar. Além disso, uma política não é simplesmente uma reação aos

desafios e às oportunidades do meio. Sendo deliberada, é também um esforço de moldar o futuro.”

A função política das Relações Públicas é o tema central de pesquisa do estudioso Roberto Porto Simões. Esta função está relacionada às relações de poder dentro das organizações, à administração de conflitos (designada pelos americanos como *issues management*). Segundo Simões (1995, p. 42), a definição conceitual das Relações Públicas envolve em especial, a face política da área:

“Como *ciência* (grifo do autor), Relações Públicas abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos. Como *atividade* (grifo do autor), Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocado através do processo de comunicação da organização com seus públicos.”

Para Kunsch (2003, p. 110-111), a função política das Relações Públicas está presente tanto na resolução de conflitos como no gerenciamento de crises, já que se pressupõe que a atividade seja responsável por negociações, estratégias de comunicação e ações concretas para solução de problemas entre organização e públicos. A administração da controvérsia pública também é tema da obra de Andrade (1989, p. 110), que destaca que as Relações Públicas, devido ao seu caráter de estímulo ao diálogo e compreensão mútua, possibilitam uma espécie de “universo de debates” em assuntos de interesse social.

Grunig (2003, p. 84) identifica como fator para as Relações Públicas excelentes a capacidade que esses profissionais têm de gerenciamento de questões emergentes e comunicação nas crises. Para ele, o monitoramento dos públicos ligados à organização possibilita a identificação de questões emergentes. Além disso, o autor define a comunicação nas crises como aquela que ocorre quando os profissionais de Relações Públicas participam das decisões da administração que criam consequências que levem os públicos a tomar posições críticas. Nos casos de crise, Grunig sugere a adoção de quatro princípios: o estabelecimento de relacionamentos duradouros para que a crise não aconteça; a aceitação da responsabilidade, pela organização, em

administrar a crise; o princípio da transparência nas informações; e a comunicação simétrica, já abordada anteriormente.

As Relações Públicas no gerenciamento de crises também estão presentes no trabalho de Carvas Júnior (2004, p. 207), que infere sobre a importância de um trabalho de comunicação que deve ser anterior à crise e fornece algumas dicas de como lidar com estas situações: “não há regras claras e definidas para administrar situações de crise. O trabalho preventivo deve ser absolutamente privilegiado.”

Vale ressaltar, ainda, que esta classificação de Kunsch (2003, p. 117), embasada em diversos estudos de teóricos das Relações Públicas de diferentes países, caracteriza-se por uma sistematização das funções essenciais das Relações Públicas que é ilustrativa para fins de estudo. Segundo a autora,

“[...] as funções essenciais de Relações Públicas aqui tratadas – a administrativa, a estratégica, a mediadora e a política – não são instâncias separadas uma da outra. Na prática, o exercício pleno da atividade requer a soma de todas, numa interpenetração que ajude as organizações não só a resolver seus problemas de relacionamentos, mas também a se situar de forma institucionalmente positiva na sociedade.”

Portanto, a comunicação nas organizações e as Relações Públicas devem estar atentas às mudanças do ambiente para traçar estratégias e políticas de gestão que sejam eficientes. Neste capítulo, foi observada a evolução da comunicação em paralelo com as transformações observadas nas organizações. Posteriormente, as Relações Públicas foram apresentadas como um subsistema de apoio para a interface da organização com o ambiente, auxiliando no gerenciamento das relações institucionais da organização com seus públicos e exercendo quatro funções essenciais: administrativa, estratégica, mediadora e política.

O capítulo a seguir retomará o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação aplicadas no mundo do trabalho. A promoção de projetos de inclusão digital por organizações da iniciativa privada será vista como fator estimulante do exercício da cidadania, facilitador do acesso e conhecimento dos direitos humanos e fomentador da inclusão social.

Capítulo 4: Inclusão digital: cidadania, direitos humanos e inclusão social

A análise do cenário atual, com a passagem da Modernidade, período marcado essencialmente pela racionalidade, para a chamada era “pós-moderna” aponta alguns caminhos que devem ser considerados na tomada de decisões para formatação do planejamento estratégico e adoção de políticas de gestão de Relações Públicas. Como visto anteriormente, o desenvolvimento acelerado das novas tecnologias da informação e da comunicação, a sociedade da informação em rede, a globalização e a nova economia da informação indicam que a capacitação e a qualificação para uso crítico das novas ferramentas disponíveis são consideradas fatores estratégicos na atualidade.

Paralelamente, as transformações ocorridas no mundo do trabalho foram decisivas, em especial nas últimas décadas, com destaque para a influência dos saltos tecnológicos ocorridos, primeiramente com a Revolução Industrial e, depois, com o advento da Internet. Assim, foi observado que a tecnologia vem sendo desenvolvida pelo homem com o intuito principal de reduzir o esforço físico despendido na realização do trabalho, abrindo espaço, na atualidade, para uma intelectualização das atividades e apontando, portanto, para a necessidade de profissionais em constante formação e atualização. É a era do conhecimento e da informação, democratizando as probabilidades de inserção social por meio do crescimento profissional baseado na informação, disponível para todos aqueles com acesso e domínio das ferramentas tecnológicas e da Internet. No entanto, dados ainda apontam um baixo índice de acesso ao mundo digital.

Outro aspecto fundamental da era “pós-moderna” e que tem influência direta sobre o tema estudado neste trabalho é a comunicação. A introdução dos meios de comunicação de massa e surgimento das organizações modernas desempenham papel de destaque nas últimas décadas. Como tratado anteriormente, as organizações, enquanto sistemas abertos, valem-se das Relações Públicas como um subsistema de apoio, atuando no relacionamento institucional entre a organização e seus públicos.

Entre as funções essenciais e específicas das Relações Públicas, observadas no capítulo anterior, ressaltam-se duas para fins deste estudo: a função estratégica e a política. Considerando-se que um bom plano estratégico toma por base a análise criteriosa do ambiente em que a organização está inserida, procurou-se até então descrever o cenário do século XXI, as mudanças nas relações de trabalho e tratar dos aspectos centrais da “pós-modernidade”: a tríade comunicação, informação e conhecimento e as novas tecnologias.

Tendo analisado no capítulo anterior a questão da comunicação e das Relações Públicas, os pontos principais a serem abordados neste capítulo serão a questão do desenvolvimento desigual das novas tecnologias da informação e comunicação e estratégias para combatê-lo. Como o foco deste trabalho é verificar estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas de organizações privadas voltadas para a inclusão digital, este assunto será especificamente abordado neste capítulo.

Em primeiro lugar, alguns conceitos importantes devem ser delineados. Uma grande rede de teóricos e organizações não-governamentais vem tratando a comunicação na era “pós-moderna” sob seu aspecto democratizante, como instrumento voltado para o desenvolvimento social e para o estímulo do exercício da cidadania.

O conceito de cidadania é originário na *polis* grega e nas cidades-Estado romanas, que classificavam como cidadãos apenas os indivíduos do sexo masculino que participavam da vida pública e política nas cidades. Na atualidade, especialmente após a Revolução Francesa, a nova cidadania corresponde ao conjunto de direitos e deveres – individuais, sociais, econômicos, políticos e culturais – e constitui-se na participação na vida pública (Soares, 2004, p.44). Outra autora, Rios (2004, p. 125), complementa a idéia de participação embutida no conceito de cidadania ao afirmar que “o conceito de cidadania traz a idéia de relação social. Entende-se a cidadania como possibilidade concreta de participação eficiente e criativa na construção da cultura e da história”.

O termo cidadania vem sendo mais amplamente discutido e tem ganhado maior status após a constituição da Carta Magna dos Estados Unidos, de 1776, e com a Revolução Francesa, de 1789, sendo inscrito na Carta dos

Direitos da Organização das Nações Unidas (ONU) em 1948. Segundo Vieira (2003, p. 18),

“cidadania é um *status* jurídico e político que concede ao cidadão direitos e deveres. Direitos nas esferas civil, jurídica e social, e deveres, no âmbito, por exemplo, da prestação do serviço militar, do recolhimento de impostos, da denúncia da malversação da coisa pública etc.”

Na prática, a cidadania está inserida no campo das relações e interações, sendo intermediada pela comunicação. Portanto, oferecer subsídios para que os indivíduos se expressem enquanto cidadãos é viabilizar o exercício da cidadania. Tendo em vista que empresas e Governos estão migrando suas informações, meios de comunicação e serviços para o meio eletrônico e digital, cada vez mais o cidadão que não tem acesso ou desconhece as novas tecnologias têm seus direitos limitados.

Na área governamental, por exemplo, o desenvolvimento do *e-government* é latente. Graças a ele, boa maior parte dos serviços oferecidos pelo governo está à disposição dos cidadãos de forma eletrônica. A ideia é que o governo eletrônico disponibilize via Internet serviços públicos e também realize sua prestação de contas por este meio. Para Kerckhove (2008, p. 134-135),

“A chave para o desenvolvimento dos povos é a internet. O uso racional das redes virtuais permitiria aos cidadãos do mundo não dependerem das burocracias estatais corruptas ou negligentes [...]. O *e-government*, juntamente com a transformação da atividade política em administração de serviços para os cidadãos, deveria conduzir a um Estado justo, honesto e eficiente.”

Voltando à questão da cidadania, Kunsch (2007, p. 66-69) argumenta sobre suas novas formas, desenvolvidas na “pós-modernidade”, ressaltando dois tipos que são interessantes para este estudo: a cidadania planetária e a cidadania corporativa. A cidadania planetária está relacionada à redução das desigualdades oriundas dos fenômenos da globalização e da revolução tecnológica da informação, ou seja, seriam esforços para derrubar a muralha digital e os efeitos da globalização hegemônica vistas no primeiro capítulo. Já a cidadania corporativa são os trabalhos desenvolvidos pela iniciativa privada em

benefício da sociedade. Sobre a cidadania corporativa, Kunsch (2007, p. 70) ressalta que:

“A importância que as organizações assumem na sociedade globalizada e as novas exigências sociais que lhes são postas obrigam-nas a se posicionar de forma diferente do passado, quando o foco estava só no negócio e no lucro.”

Assim, em um país como o Brasil, onde a grande maioria dos cidadãos não tem acesso à Internet e as organizações privadas são as responsáveis pela maior parte da movimentação da economia, justificam-se políticas e ações de inclusão digital, que, além de capacitar para o uso das tecnologias, contribuam para o desenvolvimento da cidadania, para o ensino no manuseio das ferramentas e capacitação para aplicação destas no seu dia a dia. Ou seja, a cidadania está intimamente relacionada à questão do acesso e uso da informação na atualidade. No século XXI, a inclusão digital faz-se uma necessidade inerente ao cidadão que vive na sociedade da informação, constituindo-se como um novo fator para a cidadania (Silva *et al*, 2005, p. 32).

Pode-se dizer, também, que a inclusão digital está diretamente relacionada ao conceito de direitos humanos, já que ele está relacionado aos direitos fundamentais dos cidadãos. A classificação desses direitos como fundamentais diz respeito aos direitos que devem ser reconhecidos, protegidos e promovidos quando se pretende preservar a dignidade humana e oferecer possibilidades de desenvolvimento aos cidadãos.

Há ainda muito preconceito sobre a discussão de conceitos como cidadania, educação e sua relação com direitos humanos. Durante toda a história da humanidade, as desigualdades sociais constituem a base dos privilégios da elite e que, por isso, mantém interesse particular em preservá-las ignorando a discussão sobre estes conceitos. Segundo Dallari (2004, p. 21),

“é precisamente da parte daqueles que gozam de privilégios decorrentes das desigualdades sociais que encontramos as maiores resistências à discussão dessa temática; e essas resistências se manifestam principalmente por meio de uma postura de desmoralização da própria expressão *direitos humanos* (grifo do autor)”.

Os direitos humanos são direitos universais, ou seja, comuns a todo ser humano, decorrentes do reconhecimento de sua dignidade a partir do momento

de seu nascimento. O conjunto dos direitos humanos é classificado em três dimensões: direitos civis (as liberdades individuais, advindas do liberalismo, como a liberdade de ir e vir, propriedade, segurança, entre outras), direitos sociais (ligados ao mundo do trabalho, como o direito ao salário, férias etc. e também os direitos de caráter social mais geral, como direito à educação, saúde, habitação etc.; são os direitos advindos da luta dos trabalhadores e no Brasil são mais conhecidos como direitos do cidadão) e os direitos coletivos da humanidade (ligados à defesa do meio ambiente, à paz etc.). Logo, o direito ao acesso ao mundo digital pode ser relacionado ao direito à educação, ao emprego, acesso à informação (inclusive sobre legislação e serviços sociais do Governo e empresas) e o direito a liberdade de expressão de opiniões (participação em grupos de discussão, sites de relacionamento, entre outros canais da Internet).

O conceito de inclusão digital está intimamente relacionado ao contexto social, político, econômico e ético em que vivemos e, portanto, trata-se de tema estratégico para as organizações da era do conhecimento. Desta forma, um grupo de pesquisadores baianos do Gepindi publicou artigo sobre o assunto que chega à seguinte assertiva:

“ele [conceito de inclusão digital] está, irrecusavelmente, inserido no ‘espírito do nosso tempo’, isto é, constitui-se como fruto do que se denomina sociedade da informação, baseada nas redes digitais, ou sociedade do conhecimento, que privilegia o saber perante o fazer.”
(Silva, 2005, p. 29)

Ainda segundo o grupo, isto quer dizer que, na atualidade, o sucesso pessoal e profissional é condicionado à aprendizagem contínua e à educação globalizante. Outro aspecto importante sobre políticas de inclusão digital é que não basta apenas oferecer o acesso às ferramentas para obter as informações via informática/Internet, é necessário que os agentes para a inclusão digital forneçam meios para que os beneficiados por esses programas transformem essa informação em conhecimento relevante para sua vida pessoal e profissional. O ponto de partida para a inclusão digital seria o acesso à informação dos meios digitais e o ponto de chegada é a assimilação da informação e sua reelaboração em forma de conhecimento relevante para o usuário, visando à melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Também foi consultada uma pesquisa de Sorj e Guedes (2005) sobre o acesso da população das favelas do Rio de Janeiro à informática e Internet. Um dado interessante apontado por eles é que o local de trabalho e a escola são bastante utilizados para acesso à informática e, portanto, as políticas públicas de acesso devem incentivar empresas e escolas a oferecerem cursos de informática aos seus empregados e alunos, aproveitando o acesso já existente para também capacitar os usuários a transformar a informação em conteúdo relevante, em conhecimento.

Ou seja, dentre as ações de responsabilidade social nas quais uma organização moderna pode engajar-se estão as ações de inclusão digital, como forma de a empresa exercer a cidadania corporativa. Diante do cenário mundial apresentado no primeiro capítulo, a sociedade da informação em rede, especialmente em países em desenvolvimento, demanda cidadãos conscientes, conectados, informados, que saibam lidar com as novas tecnologias da informação tanto no trabalho como enquanto cidadãos.

Segundo Castro (2006, p. 54),

“pensar em inclusão digital vai muito mais além de saber utilizar as novas tecnologias. A inclusão passa pela capacitação dos atores sociais para o uso e exercício ativo da cidadania, através do aprendizado tecnológico, do uso dos equipamentos, assim como pela produção de conteúdo e conhecimentos gerados dentro da realidade de cada grupo envolvido para serem disponibilizados na rede e demais tecnologias digitais.”

Ainda sobre o tema, outro renomado autor, Tapscott (1999, p. 247), atesta que:

“A questão não é apenas o acesso à nova mídia, mas se as diferenças de disponibilidade dos serviços, fluência na tecnologia, motivação e oportunidades de aprender não levarão a um mundo estratificado dos que sabem e dos que não sabem, dos que fazem e dos que não fazem.”

Portanto, o acesso às novas tecnologias da informação e da comunicação não pode limitar-se apenas à questão do acesso às ferramentas ou à capacitação para lidar com elas. Uma política mais abrangente deve ser adotada para que os usuários possam lidar com a tecnologia de forma crítica, com criatividade e empreendedorismo para aplicação vantajosa do mundo digital em seu dia a dia.

Além do mais, na era da sociedade da informação em rede, onde o conhecimento é fonte de poder e riqueza, a inclusão digital está intimamente relacionada ao desenvolvimento socioeconômico e político de um país. Isto porque, sem uma economia e administração baseadas na Internet, não há como gerar os recursos necessários para áreas básicas como saúde, educação, água e saneamento básico, entre outras.

A ONG Bridges.org definiu 12 critérios para avaliar se existe acesso real à tecnologia (Cruz, 2004, p. 16-17):

1. Acesso físico: disponibilidade de acesso a computadores e telefones;
2. Adequação: soluções tecnológicas adequadas às condições de vida;
3. Preço acessível: custo adequado ao público que vai adquirir a tecnologia;
4. Capacidade: conhecimento real sobre as possibilidades da Internet de forma a poder aplicá-la na realidade dos indivíduos;
5. Conteúdo relevante: conteúdo adequado e linguagem acessível à comunidade;
6. Integração: verdadeira inserção da tecnologia nas atividades do dia a dia;
7. Fatores socioculturais: observar questões como gênero e raça no acesso;
8. Confiança: usuários devem confiar nos meios, em especial no que diz respeito à segurança e privacidade;
9. Estrutura legal e regulatória: desenvolvimento de leis que incentivem o uso da tecnologia.
10. Ambiente econômico local: uso da tecnologia para estímulo à economia local;
11. Ambiente macroeconômico: política econômica do país voltada para a sustentação do uso da tecnologia;
12. Vontade política: tanto por parte do Governo como apoio da população.

Resumindo, a inclusão digital, no âmbito material, depende da disponibilidade de computadores, telefonia, provedores e software. Outros fatores importantes para uma real inclusão digital são educação e conhecimento básico de inglês e programação (Internet e editor de textos).

Muito tem sido discutido também sobre a relevância das informações veiculadas na Internet. Alega-se que, por não possuir filtro ou censura, a rede torna-se uma avalanche de informações desconexas, nem todas verídicas, fazendo com que a navegação e seleção do que realmente importa para o

usuário seja dificultada. Barreto (1994) *apud* Silva *et al* (2005) utiliza uma classificação bastante interessante para essas informações, oferecendo parâmetros cientificamente reconhecidos. Ele baseia-se na pirâmide de Maslow, apontando que informações utilitárias são aquelas utilizadas para suprir as necessidades básicas dos indivíduos (alimentação, habitação, vestuário, saúde etc.). Já as informações contextuais são aquelas necessárias para indivíduos ou grupos permanecerem em seus contextos (trabalho, escola, comunidade etc.). Esta classificação torna-se importante na medida em que faz com que os caminhos da inclusão digital cruzem com os da inclusão social, já que o acesso à Internet passa a fazer parte do cotidiano do indivíduo na medida em que ele seja orientado a encontrar, nesse novo meio de comunicação, informações relacionadas à sua realidade (utilitárias e contextuais). Logo, a democratização da informação está intrinsecamente relacionada à capacidade do usuário da Internet de interpretação do conteúdo, que ocorre mais facilmente quando existe a aproximação da informação com o contexto onde o usuário está inserido. Pode-se dizer que esta aproximação é a responsável pela transformação da informação em conhecimento.

Sorj e Guedes (2005, p. 116) corroboram estas afirmativas ao citar que as políticas de universalização do acesso digital nos países em desenvolvimento não serão instrumentos efetivos de inclusão social se não estiverem associadas a outras políticas sociais, em particular às da formação escolar, à educação de uma forma geral.

Nos Estados Unidos, na década de 1970 (Silva *et al*, 2005, p. 32), surgiu uma preocupação por parte dos profissionais da área de Biblioteconomia com o novo papel desempenhado pela biblioteca escolar na educação na era da globalização. A educação global na era digital foi designada por estes profissionais como *information literacy education* (educação para os tempos digitais na era da informação).

Na sociedade da informação em rede, a informação e o conhecimento foram amplamente disponibilizados nas redes digitais, com a possibilidade de estar ao alcance de qualquer um. Por isso, a educação não está mais restrita aos espaços formais, nem é apenas um dever do Estado proporcionar acesso à educação aos cidadãos. A necessidade pela *information literacy education* urge nesta nova sociedade tanto para a formação de cidadãos como para a

qualificação de profissionais engajados, informados e com conhecimento crítico acerca do mundo do século XXI.

A alfabetização digital também diz respeito ao saber relacionado à capacidade de seleção de informação relevante para a construção de conhecimento, já que no universo digital o volume de informação disponível é gigantesco. Este termo foi devidamente escolhido porque existe uma diferenciação entre ser letrado e letramento. De acordo com Buzato (2003) *apud* Silva *et al* (2005, p. 33), a aprendizagem do código (ser letrado) não pressupõe o saber construir uma argumentação, competência que é construída na prática social.

Dudziak (2003) *apud* Silva *et al* (2005, p. 34) destaca que para ser competente em informação, uma pessoa deve ser capaz de reconhecer quando uma informação é necessária e deve ter a habilidade de localizá-la, avaliá-la e usá-la efetivamente. Resumindo, as pessoas competentes em informação são aquelas que aprenderam a aprender. Elas sabem como aprender, pois sabem como o conhecimento é organizado, como encontrar a informação e como usá-la de modo que outras pessoas aprendam a partir dela. Assim, cidadãos capacitados em *information literacy* estariam aptos a tomar decisões mais inteligentes, sustentáveis e socialmente responsáveis do que os cidadãos que apenas têm acesso às TICs e à informação, mas não sabem aproveitá-la no seu dia a dia e na comunidade em que estão inseridos.

Sobre a educação em si, Martín-Barbero (2003, p. 62) constata que

“o mais grave dos desafios que a comunicação propõe hoje à educação é que, enquanto os filhos das classes mais altas conseguem interagir com o novo *ecossistema informacional e comunicativo* (grifo do autor) a partir da própria casa, os filhos das classes populares [...] acabam excluídos do novo espaço laboral e profissional que a cultura tecnológica configura.”

Portanto, como foi dito anteriormente, não se trata apenas de disponibilizar acesso às novas tecnologias. Além de disponibilizar computadores nas escolas para a nova geração, são necessários software, motivar os estudantes a aprenderem, reformular o sistema educacional e retrainar professores. Para Tapscott (1999, p. 253), “tecnologias inovadoras não podem substituir profissionais do ensino aos quais faltam métodos inovadores e que apenas repetem modelos de ensino que não funcionam.”

Sobre a educação à distância, é certo que existem prós e contras. O chamado *e-learning* oferece um grau elevado de liberdade ao estudante, que pode definir horário e local de estudo, bem como a forma como vai fazê-lo. Além disso, os meios eletrônicos podem dar acesso a cursos que não estão disponíveis em localidades em que seja possível acesso do estudante. Por outro lado, o estudante a distância não se beneficia do convívio e da troca de experiências face a face com outros alunos e com os professores.

Outro fator importante para discussão com relação à inclusão digital é o conceito de desigualdade social, que não deve ser confundido com diferenças sociais. As diferenças sociais têm uma base natural ou são produtos de uma construção cultural (por exemplo, a diferença entre os sexos). Já as desigualdades sociais constituem-se em “[...] um juízo de superioridade e inferioridade entre grupos, camadas ou classes sociais” (Comparato, 2004, p. 67). Desta forma, as desigualdades sociais são criadas pelo homem e não determinações da natureza, são frutos de uma relação de dominação.

A relação social fundamental é uma relação entre sujeitos: o *eu* com o *outro*. Esta relação tem como ponto de partida a simetria, perdida quando se deixa de reconhecer no outro alguém como si mesmo, humano e com direitos da mesma forma. Assim, desenvolve-se o conceito de desigualdade social, como elucidado por Rios (2004, p. 125) “a desigualdade se instala à medida que deixo de reconhecer o outro como alguém que entra na constituição de minha identidade – *alter* – e passo a tratá-lo como *alienus*, o alheio; como aquele com quem não tenho a ver”.

Tendo em vista que a inclusão digital está intimamente relacionada aos direitos à informação e liberdade de opinião e expressão, a exclusão digital também é uma forma de exclusão social. Como os lançamentos tecnológicos sempre vêm acompanhados de preços elevados, o acesso às novas tecnologias ocorre, em primeiro lugar, nas camadas mais ricas da sociedade. Por isso, pode-se afirmar que a exclusão digital é fruto deste *gap* tecnológico que impacta a população menos favorecida, gerando desigualdades.

Como referência teórica para o conceito de exclusão digital, será utilizada a definição de Sorj e Guedes (2005, p. 102) que argumentam que “a exclusão digital diz respeito às consequências sociais, econômicas e culturais da distribuição desigual do acesso a computadores e Internet”. Isto quer dizer

que a exclusão digital está relacionada diretamente ao uso de ferramentas das chamadas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) que dependem de certo grau de instrução para sua operacionalização (como, por exemplo, que o indivíduo seja alfabetizado).

Em geral, os dados estatísticos apresentados por institutos de pesquisa acabam não traduzindo a realidade da exclusão digital porque não identificam a qualidade do acesso (velocidade da conexão, custo e tempo disponível para ela, atualização de software e hardware), não especificam a diversidade de usos e não tratam da capacitação para uso efetivo da Internet em benefício próprio e da sociedade. Ou seja, a classificação polarizada em incluídos ou excluídos, os que têm acesso e os que não têm, é bem mais complexa do que aquela apresentada em dados estatísticos de pesquisas quantitativas. Takasashi (2001), por exemplo, propõe uma questão importante. Considerando o dado de que 90% da população do planeta jamais teve acesso ao telefone, como evitar o caráter exclusivo e de aumento das diferenças sociais que pode ser gerado pela Internet?

A questão do acesso pode e deve ser um dos caminhos escolhidos, seja pelo Governo, sociedade, organizações não-governamentais e até mesmo por organizações privadas, como alternativa para redução das desigualdades sociais. Seria um ponto de partida para, na prática, alcançar o verdadeiro conceito de comunicação para o exercício da cidadania.

4.1. As organizações privadas e a inclusão digital

Foram coletados dados relevantes sobre o uso da tecnologia e da Internet para justificar o investimento em políticas de inclusão digital pelo setor privado. A pesquisa TIC Domicílios 2007 sobre inclusão digital, lançada em 14 de março de 2008, foi coordenada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic) do Núcleo de Informação e Coordenação do ponto BR, braço executivo do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI). Foram pesquisados 17 mil domicílios da zona urbana, entre os meses de setembro e novembro de 2007, entrevistando pessoas com 10 anos ou mais, nas cinco regiões do país. A amostra foi desenhada com base na

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística — IBGE.

De maneira geral, os dados indicam que houve aumento da posse e uso das tecnologias da informação e comunicação entre os brasileiros:

	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)
Possui computador	17	20	24
Possui acesso à Internet	13	14	17
Já utilizou o computador	45	46	53
Utilizou o computador nos últimos três meses	30	33	40
Nunca utilizou o computador	55	54	47
Já utilizou a Internet	32	33	41
Utilizou a Internet nos últimos três meses	24	28	34
Nunca utilizou a Internet	68	67	59

Segundo a pesquisa, as *lanhouses* estabeleceram-se como o local mais utilizado para o acesso à Internet no país: o uso de centros públicos de acesso pago saltou de 30% em 2006 para 49% em 2007, passando à frente do domicílio, que se manteve estável em 40%, mostrando que a iniciativa privada pode contribuir para amenizar o problema social da exclusão digital no país, investindo em pontos públicos de acesso à Internet. Por sua vez, o número de internautas chegou a 34% em 2007, um crescimento de seis pontos percentuais em relação a 2006.

Outro dado apontado foi que mais da metade da população (53%) informou já ter usado o computador, sendo que 40% são considerados usuários de fato do equipamento. Porém, a principal barreira de posse dos equipamentos de informática nos domicílios brasileiros continua sendo econômica: o custo elevado do computador (78%) e do acesso à Internet no domicílio (58%). Mas o principal motivo declarado que leva o brasileiro a não usar a Internet é a falta de habilidade (55%), reforçando que a posse do equipamento não é pré-requisito para o uso.

Os fatores socioeconômicos e as desigualdades regionais ainda são os principais determinantes do acesso à Internet no Brasil: quanto maior a renda e

a escolaridade, maior o acesso; regiões mais ricas têm mais acesso. Ou seja, a exclusão digital continua acompanhando a exclusão social no país. Isto significa também que, como será abordado no segundo capítulo, ainda perdura o conceito dos gregos de que o trabalho intelectual deve ser reservado exclusivamente para a elite, não cabendo às camadas mais pobres da população o acesso ao conhecimento.

Praticamente metade da população brasileira já realizou alguma atividade ao computador (49%). Mas essa experiência não significa, necessariamente, que o computador foi usado como ferramenta de processamento de informações. Em 2007, 47% da população declarou ter habilidade para manipular um mouse, mas apenas 32% utilizou um editor de texto, atividade considerada básica. Além disso, a proporção de indivíduos com habilidades frente o computador diminui conforme aumenta sua idade, e cresce conforme aumenta seu grau de instrução, a classe social e renda familiar.

Um dado que deve ser destacado para fins deste estudo é que somente 29% das pessoas entrevistadas pelo Cetic e que declararam saber usar um computador consideram suas habilidades suficientes para enfrentar o mercado de trabalho. As pessoas mais pobres e sem escolaridade sentem-se altamente despreparadas, o que contribui para aumento das desigualdades sociais e para dificuldades no acesso ao emprego.

No mercado de trabalho, foi divulgado que 95% das companhias brasileiras com 10 ou mais funcionários possui computador. O percentual de posse do equipamento varia de acordo com o porte da empresa, sendo que o computador está presente em 94% das empresas com entre 10 e 49 funcionários, e em 100% das organizações com mais de 50 empregados. A quase totalidade das empresas que usa computador também possui acesso à Internet, 97%. A média de funcionários que usam a Internet nas empresas brasileiras é de 43%. Se considerarmos somente os funcionários que utilizam computador, o número passa para 81%.

Com relação às atividades realizadas na Internet, a pesquisa mostra que o envio e recebimento de e-mails é praticamente universal entre as empresas (99%). Em seguida vem a busca por informações sobre produtos ou serviços (96%), e outras buscas de informação e atividades de pesquisa (90%). Houve um aumento considerável no uso da rede para treinamento e educação: de

28% em 2006 para 35% em 2007, e também para o monitoramento de mercado (como pesquisa de preços, por exemplo). Em 2007, 66% das empresas com acesso à Internet declararam realizar este tipo de atividade, contra 52% em 2006.

A maioria das iniciativas para reverter o quadro da exclusão digital é dos governos federal, estaduais e municipais e do terceiro setor, sendo que o governo federal é o responsável pelo financiamento de 60% dos pontos públicos de inclusão digital. O certo é que o acesso à tecnologia e à Internet tem acontecido cada vez mais em ambientes não-domiciliares, seja pelas *lanhouses*, telecentros ou nas empresas privadas, lugares onde as desigualdades nesta área podem ser combatidas e reduzidas.

Na prática, o investimento de organizações privadas em programas voltados para a inclusão digital está relacionado a projetos de responsabilidade social empresarial. Apesar de ser tema relativamente recente de pesquisas de estudiosos das mais diversas áreas, a literatura existente sobre responsabilidade social é muito abrangente e, para fins deste estudo, apenas será feito um recorte ilustrativo.

Para Grajew (2005, p. 17), em sua apresentação na Conferência Internacional 'Os empresários e as metas do milênio', responsabilidade social é "a cultura de gestão empresarial que procura em todas as relações, projetos, programas e ações, impactar positivamente todos os públicos afetados pelas ações da empresa." Isto significa que o termo responsabilidade social empresarial, tão em voga nos dias de hoje, é um conjunto de valores e princípios morais adotados por empresas para nortear suas ações com o objetivo final de respeito aos anseios dos públicos da empresa. Uma empresa socialmente responsável pensa estrategicamente nos impactos que suas ações terão sobre a sociedade antes de colocá-las em prática.

Além disso, ser socialmente responsável está totalmente relacionado à coerência que deve existir entre o discurso da empresa (a imagem que se deseja ter junto ao público), seus princípios e valores acordados (o discurso acordado e registrado por meio da missão, visão, valores, entre outros acordos sociais da empresa) e aquilo que realmente é praticado. Logo, não basta que a empresa tenha valores e invista em projetos sociais nas comunidades locais, se não desenvolve projetos sociais junto aos seus funcionários, por exemplo.

Na atualidade, o conceito de democracia e cidadania tem se desenvolvido bastante. Os indivíduos passaram a ser mais críticos e conscientes sobre seu papel na sociedade, exigindo maior cumprimento de seus direitos e deveres, solicitando sua participação na construção de uma sociedade mais justa e atuando mais de perto junto ao Estado e, também, às organizações privadas. Percebendo o maior engajamento da sociedade, as organizações passaram a desenvolver projetos sociais e parcerias com o terceiro setor.

O papel social das empresas é fator determinante para que as transformações sociais realmente aconteçam. Isto porque muitas empresas são mais poderosas que economias de países inteiros, como o caso das companhias que estão entre as 30 maiores economias mundiais. As empresas detêm não apenas o poder econômico, mas também o financeiro, domínio das últimas tecnologias, o poder cultural e o poder da mídia. Aliás, sobre a mídia, que ainda determina os assuntos discutidos pela sociedade, ela é quase que totalmente subsidiada pelas empresas, seus principais anunciantes. Quanto ao poder público, é sabido que muitas campanhas eleitorais são financiadas pelo poder econômico das empresas.

O fato é que as organizações não estão mais apenas preocupadas em produzir e gerar serviços voltados para seu lucro econômico e financeiro, mas também têm voltado seus esforços para seu balanço social. Sobre as vantagens que as empresas têm ao investir em projetos sociais, Kunsch (2003, p. 133) ressalta que “os investimentos feitos certamente estão dando grande retorno em termos de aperfeiçoamento do conceito institucional e de construção de uma identidade corporativa mais forte e perene.”

Com relação aos benefícios financeiros que as empresas têm ao adotar um comportamento socialmente responsável, Grajew (2005, p. 23) assinala que:

“uma empresa socialmente responsável não apenas é uma empresa simpática, legal. A responsabilidade social hoje tem na gestão das empresas o mesmo peso que os indicadores financeiros e econômicos [...]. Avaliam-se as empresas tanto para fazer parte de fundos de investimentos socialmente responsáveis como para fazer parte do índice Dow Jones de sustentabilidade.”

Na área da comunicação institucional, encontram-se as Relações Públicas que “[...] são responsáveis, em conjunto com as demais subáreas, pela construção da credibilidade e pela fixação de um posicionamento institucional coerente e duradouro das organizações” (Kunsch, 2003, p. 166). E é devido à sua função social que as Relações Públicas encabeçam desde há bastante tempo ações de responsabilidade social como estratégia de comunicação organizacional. Além de seu caráter social, Kunsch (2003, p. 147) assinala o fator humano fortemente presente nas Relações Públicas:

“Faz-se mister que as ações sejam conduzidas por um planejamento adequado e coerente com as características, o ambiente social, as necessidades, a realidade propriamente dita dessas organizações. E, sobretudo, que se considerem e cultivem os valores humanos, tendo as pessoas como centro de referência [...]”

Carvalho (2007, p. 352) defende que a gestão da comunicação na empresa socialmente responsável é de responsabilidade do profissional de Relações Públicas. Ela afirma que cabe a esse profissional propor, executar e avaliar programas de participação social, promover o voluntariado empresarial, estabelecer programas de esclarecimento público sobre as atividades da empresa e sugerir parcerias com o Terceiro Setor e Governo.

O Instituto Ethos é uma das mais reconhecidas entidades na área de responsabilidade social empresarial, tendo sido criada para promover e disseminar práticas empresariais socialmente responsáveis. No site do Instituto Ethos encontra-se a seguinte definição:

“Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade. Isso deve ser feito preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”

Isto quer dizer que as organizações devem ser vistas não apenas pela sua própria existência, mas como agentes sociais relevantes, que afetam a sociedade e o ambiente que as rodeia. Em especial, os empresários devem ser conscientes sobre este papel e incorporar em suas decisões esta noção de ser um agente ativo e responsável dentro da sociedade civil.

Entre as definições sobre responsabilidade social, paira o conceito de que a empresa tem um compromisso com relação à sociedade e à humanidade em geral, tendo o dever de devolver à sociedade tudo àquilo de que usufrui, desenvolvendo ações sociais concretas para a sociedade civil. A intenção é que este dever tenha cunho estratégico no relacionamento da organização com seus públicos, contribuindo para moldar a imagem da organização, desenvolvendo uma conduta íntegra, ética, transparente (Bueno, 2003, p. 107-108). Na verdade, o ideal para projetos de responsabilidade social empresarial é que as ações propostas sejam estratégicas a ponto de responderem aos anseios tanto dos públicos afetados pela organização como da própria organização, numa relação de benefícios mútuos.

Em geral, empresas que investem em inclusão digital apresentam, além do uso mais eficiente dos recursos e aumento da produtividade, uma melhoria na parte de gestão do conhecimento, aumento do uso de ferramentas para qualificação e capacitação da mão-de-obra, melhoria na auto-estima dos empregados, fortalecimento da marca e de sua imagem, além de possibilitar que os empregados, ao ter acesso ao conhecimento, desenvolvam maior consciência histórica, política e ética. Assim, Cruz (2004, p. 13) ressalta que:

“Uma empresa com colaboradores incluídos consegue se comunicar com a equipe de forma mais eficiente e mais barata e pode tirar maior proveito de seus investimentos em tecnologia. E estas vantagens também se refletem na competitividade e na eficiência do próprio País.”

Algumas formas de as empresas contribuírem para a redução da exclusão digital são doação de computadores, estímulo ao voluntariado corporativo, patrocínio ao desenvolvimento de novas tecnologias de inclusão digital, capacitação tecnológica de professores de escolas públicas, apoio a centros comunitários e escolas de informática, que podem ser instaladas até mesmo na sede da empresa. No livro ‘O que as empresas podem fazer pela inclusão digital?’, Cruz (2004, p. 45) relaciona algumas vantagens para empresas que investem em projetos de inclusão digital:

“Existem vários benefícios para as empresas que investem em inclusão digital interna, como melhores resultados na gestão do conhecimento, qualificação da mão-de-obra, um acesso mais eficiente da informação pelos funcionários, elevação da qualidade do capital humano e social,

desenvolvimento da comunidade, melhoria do clima interno, retenção de talentos, diminuição da troca de funcionários e aumento da auto-estima.”

Portanto, nesse capítulo foram vistas alternativas para que a comunicação torne-se efetivamente um instrumento democratizante e de estímulo ao exercício da cidadania. Para tanto, foram abordados conceitos de cidadania e seus tipos (em especial a cidadania planetária e corporativa), direitos humanos, inclusão digital, desigualdade social e exclusão social. Foram apresentados dados sobre inclusão digital no Brasil, como forma de demonstrar a necessidade de políticas para reversão do quadro atual e foi verificada a importância do investimento de organizações privadas em projetos de inclusão digital dentro de políticas de responsabilidade social empresarial, de forma estratégica, trazendo benefícios mútuos para empresa e comunidade.

No próximo capítulo, pretende-se verificar como a teoria apresentada até agora é aplicada na prática, por meio de um estudo de caso.

Capítulo 5: Estudo de caso: organizações privadas que apóiam o CDI – Comitê para Democratização da Informática

A era “pós-moderna” apresenta duas características centrais analisadas neste estudo: o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação e a tríade informação, comunicação e conhecimento. Para os cidadãos que têm suas vidas diretamente afetadas por estas transformações, o acesso à tecnologia e domínio do conhecimento crítico acerca das novas ferramentas para aplicação em seu dia a dia é fator determinante do sucesso pessoal e profissional na atualidade.

A análise do ambiente em que as organizações estão inseridas neste início do século XXI aponta que o investimento de empresas privadas em projetos de inclusão digital pode ser uma ação estratégica de responsabilidade social empresarial e de cidadania corporativa. Assim, o problema deste estudo será retomado para verificarmos por que, na prática, empresas privadas investem em projetos de inclusão digital como diferencial estratégico para a gestão política das Relações Públicas. A questão é analisar os investimentos sociais das empresas que serão estudadas a seguir não apenas sob o ponto de vista do compromisso social que elas devem ter, mas com o cunho estratégico de conciliação de interesses entre organização e sociedade, gerando benefícios mútuos.

O método que será utilizado para este trabalho é o estudo de caso. Um ‘caso’ é um problema ou questão interessante que serve de ponto de partida para o ensino e a pesquisa. Segundo Robert Yin (2001, p. 13), o estudo de caso é uma forma de se fazer pesquisa social empírica ao se investigar um fenômeno atual dentro de seu contexto de vida real, onde as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e onde múltiplas fontes de evidências são usadas.

O estudo de caso poderá ser: exploratório; descritivo ou explanatório (causal), sendo mais frequentes os estudos de caso com propósitos exploratório e descritivo. No caso deste trabalho, a análise será exploratória. Em geral, o estudo de caso é preferido quando o tipo de questão de pesquisa é da forma ‘como’ e ‘porque’; quando o controle que o investigador tem sobre os

eventos é muito reduzido; ou quando o foco temporal está em fenômenos contemporâneos dentro do contexto de vida real, que é o caso deste trabalho. A necessidade de se utilizar a estratégia de pesquisa de estudo de caso deve nascer do desejo de entender um fenômeno social complexo.

A essência de um estudo de caso, ou a tendência central de todos os tipos de estudo de caso é que eles tentam esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões, verificando as razões pelas quais elas foram tomadas, como foram implementadas e os resultados alcançados. De acordo com Yin (2001), a preferência pelo uso do estudo de caso deve ser dada quando do estudo de eventos contemporâneos, em situações onde os comportamentos relevantes não podem ser manipulados, mas onde é possível se fazer observações diretas e entrevistas sistemáticas. Apesar de ter pontos em comum com o método histórico, o estudo de caso se caracteriza pela "[...] capacidade de lidar com uma completa variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações." (Yin, 2001, p. 19)

Para verificar o caráter estratégico de investimentos da iniciativa privada em projetos de inclusão digital para empregados e sociedade em geral, será realizado um estudo de caso a partir dos projetos do Comitê para Democratização da Informática (CDI) que são financiados por grandes empresas da atualidade. Apesar de ser uma Organização Não-Governamental (ONG), o CDI depende de investimentos da iniciativa privada, do Governo e de entidades internacionais.

O objetivo geral do estudo de caso do CDI e seus parceiros é analisar se as ações de inclusão digital são estratégicas, conciliando os interesses sociais com os interesses dos parceiros que financiam os projetos, produzindo benefícios para ambas as partes.

Para o presente estudo, será utilizada a análise documental de dados coletados sobre o CDI (em relatórios e no website da entidade), será feita uma entrevista de caráter qualitativo com um dos colaboradores do CDI e serão levantados dados nos websites de quatro empresas privadas que são mantenedoras dos projetos de inclusão digital do CDI (responsáveis pelo financiamento dos projetos em si). As empresas mantenedoras do CDI que serão estudadas neste trabalho são: Light, Vale, Accenture e Philips.

Tendo em vista o objetivo de analisar o grau estratégico das ações de inclusão digital, serão coletadas a missão, visão e valores do CDI e seus parceiros e verificada a divulgação dos projetos do CDI no website das empresas parceiras e dados coletados junto ao CDI.

5.1. Dados coletados

5.1.1. Comitê para Democratização da Informática (CDI)

Criado em 1995, o Comitê para Democratização da Informática (CDI) nasceu no mesmo ano em que a Internet chegou ao Brasil. O CDI surgiu no Rio de Janeiro como resposta aos anseios de Rodrigo Baggio, empresário e professor de informática em escolas particulares cariocas, que enxergou no uso das tecnologias da informação e da comunicação uma ponte digital para promover integração social das camadas mais pobres da população. A concretização do projeto deu-se com a inauguração, naquele ano, da primeira Escola de Informática e Cidadania (EIC), estabelecida no morro Santa Marta, Rio de Janeiro, fruto de uma parceria entre os voluntários de uma campanha organizada por Baggio, “Informática para Todos”, o Instituto C&A Modas, que doou cinco computadores novos, e o Grupo ECO, ONG que já atuava naquele local e abrigou o projeto.

O propósito do CDI é formar alunos críticos e empreendedores que atuem como agentes de mudança na comunidade onde vivem, unindo inclusão digital e social.

Dados do CDI apontam a capacitação de mais de um milhão de jovens e adultos das comunidades atendidas nos últimos 13 anos, sendo que 87% dos formados dizem que suas vidas mudaram positivamente após passagem pelo CDI, o que se traduz em voltar a estudar, encontrar um emprego etc. Em 2007, mais de duas mil pessoas de comunidades de baixa renda foram integradas à Rede CDI como educadores e coordenadores; cerca de 70 mil alunos foram formados e mais de 130 mil pessoas das comunidades puderam ter acesso à tecnologia no espaço das escolas.

Abaixo, pode-se acompanhar o crescimento do CDI por meio do avanço nos números de EICs, educadores, voluntários e computadores da entidade:

5.1.1.1. Missão

Promover a inclusão social de populações menos favorecidas, utilizando as tecnologias da informação e da comunicação como um instrumento para a construção e o exercício da cidadania.

5.1.1.2. Visão

Tornar-se um projeto com efetiva influência no destino dos países onde atua, ampliando o conceito de inclusão digital como integração entre educação,

tecnologia, cidadania e empreendedorismo – com vistas à transformação social.

5.1.1.3. Valores

Solidariedade, protagonismo, transparência, co-responsabilidade, equidade, inovação e excelência.

5.1.1.4. Estrutura

A Rede CDI é formada por CDIs Regionais e Internacionais, cujas atividades são acompanhadas e coordenadas pelo CDI Matriz, localizado no Rio de Janeiro. Atualmente, são 24 escritórios regionais em 17 estados brasileiros e Distrito Federal, além de 10 escritórios internacionais (Argentina, Chile, Uruguai, México, Colômbia, Equador, Estados Unidos e Inglaterra). Ao todo, são 753 EICs, sendo 79% no Brasil (189 municípios) e 21% no exterior (60 municípios) com 1.464 educadores e 753 coordenadores.

Cada CDI Regional, além de responder à Matriz que promove a integração e troca de experiência, gerencia um grupo de cerca de 30 EICs. As EICs são espaços não formais de ensino localizados majoritariamente em associações instaladas em comunidades de baixa renda (como centros comunitários e igrejas), mas também funcionam em penitenciárias, hospitais psiquiátricos e aldeias indígenas, por exemplo. A equipe média de uma EIC é composta por um coordenador e dois educadores e a duração média dos cursos é de quatro meses.

5.1.1.5. Proposta político-pedagógica

A proposta político-pedagógica do CDI é baseada nos ensinamentos de Paulo Freire e Bernardo Toro e aplicada em comunidades de baixa renda para conhecer e estimular o desenvolvimento local. Nas EICs, os alunos utilizam editores de texto, gerenciadores de dados, fotos digitais, vídeos e Internet para viabilizar propostas de transformar a realidade local. A metodologia de trabalho é baseada em cinco passos: leitura do mundo, problematização, plano de ação, execução e avaliação. Portanto, os alunos são abordados em seu contexto social, histórico e geográfico e a tecnologia é aplicada com vistas à mobilização comunitária. Além do mais, o CDI incentiva que os educadores sejam

moradores da própria comunidade, o que facilita a identificação e resolução de seus problemas por meio do estabelecimento de diálogo com o poder público, por exemplo. Mais do que a capacitação profissional, as EICs objetivam o exercício da cidadania.

Segundo o idealizador do CDI, Rodrigo Baggio (2005, p. 27),

“na verdade, a gente começou a perceber que nas cidades grandes e médias as pessoas não morrem de fome, morrem de falta de oportunidade, e isso é que as leva à criminalidade, à violência, ao tráfico e à morte.”

5.1.1.6. Recursos financeiros

O financiamento dos projetos fica por conta de parcerias com fundações nacionais e internacionais, empresas e agências governamentais, além de doações individuais. A ONG classifica seus parceiros em mantenedores e apoiadores.

Os mantenedores são empresas, fundações, institutos, organismos nacionais e internacionais ou órgãos públicos que alocam recursos financeiros para o custeio de projetos e programas específicos ou para a cobertura de custos operacionais e administrativos do CDI Matriz. São eles: Skoll Foundation, Light, Vale, Accenture, UNESCO, Banco Real, Microsoft, Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Carrefour, Esso, BrasilTelecom e W.K. Kellogg Foundation. Outros parceiros do CDI são: Philips, BNDES e Cisco Systems.

Já os apoiadores são responsáveis pelo apoio institucional ao CDI, prestando serviços, doando equipamentos, software e mobiliário ou, eventualmente, oferecendo apoio logístico para áreas específicas. Os apoiadores são: na área de comunicação, a Rede Globo, Giovanni+Drafftcb e o portal e provedor Terra; na área de tecnologia, Microsoft e IBM; para fins de auditoria e assessoria legal, a BM&A e a Deloitte; e as redes de empreendedores sociais são Skoll Foundation, Ashoka, Avina e Social Entrepreneurship.

Entre os 24 parceiros do CDI, encontram-se 16 organizações privadas (66,66%). Entre os mantenedores, responsáveis pelos recursos financeiros

diretos, a porcentagem mantém-se (das 12 organizações, 08 fazem parte do setor privado, representando 66,66%).

5.1.1.7. Entrevista com colaborador do CDI

No dia 05 de fevereiro de 2009, Edsmar Resende, Coordenador de Desenvolvimento Institucional da Regional São Paulo do CDI, concedeu entrevista sobre o CDI, seus projetos e, em especial, sobre as parcerias com o setor privado, na sede regional de São Paulo da entidade. Segue abaixo a transcrição da entrevista:

Como funcionam as EICs e quais seus objetivos?

As Escolas de Informática e Cidadania (EICs) são estabelecidas em comunidades de baixa renda e têm como objetivo, além da formação escolar e em tecnologia, constituir-se em um núcleo de prestação de serviços sociais dentro da comunidade. Na verdade, as EICs são centros de fomento a negócios na comunidade, como o caso das EICs que ensinam e promovem a edição de vídeos, funcionando como produtoras. O pilar do CDI é o conceito de sustentabilidade, repassado para as EICs, que é baseado em quatro eixos: técnico (EICs devem ter equipamentos e embasamento técnico para ensino aos seus educandos), financeiro (captação de recursos de modo que se estimule a auto-gestão econômica da EIC), comunicacional (promover a

divulgação da EIC, suas ações e cursos dentro das comunidades onde atuam) e social (EICs devem gerar engajamento na comunidade e ter legitimidade e representatividade).

A base do estudo que estou realizando é conhecer os motivos do investimento da iniciativa privada em inclusão digital. Dentro de sua experiência, por que as organizações privadas procuram o CDI para financiar suas EICs?

Por volta de 2005, a ONU colocou o problema da exclusão digital como um dos quatro grandes problemas da humanidade. Naquele mapa da NASA onde se pode observar a iluminação na Terra, por exemplo, verifica-se que a ilha de Manhattan, nos Estados Unidos, é mais iluminada e tem mais linhas telefônicas que o continente africano. Então, muitas empresas estão investindo em melhorias, em especial visando à obtenção de um melhor relacionamento com a comunidade do entorno. A intenção dessas empresas é projetar uma imagem positiva dentro da comunidade. Na cidade mineira de Itabira, por exemplo, a EIC instalada serviu para que a Vale se inserisse no plano de desenvolvimento local, com a EIC como ponto de partida para melhoria no relacionamento da empresa com a cidade. Outro exemplo de parceria que está em negociação é o caso de uma empresa de logística, ramo de atividade que tem pouca relação com a informática. Esta empresa nos procurou buscando uma parceria que tivesse ligação direta com o negócio deles e, por isso, formatamos um projeto em que o apoio deles fica por conta do transporte de computadores das regionais para as EICs e disponibilidade de espaço para armazenamento de equipamentos. Ou seja, foi estabelecida uma relação direta do negócio do parceiro com a atividade do CDI. Outros parceiros como a Unilever na área de saúde, o Banco Real e a Natura também procuram a ligação da EIC com seu ramo de atividade. Na EIC de Uberlândia, um comerciante local, a Martins, utiliza os cursos do CDI para que seus empregados aumentem a porcentagem de vendas da loja. Aqui no CDI sabemos que, num futuro próximo, a maior ferramenta de inclusão não será o computador, mas sim o celular. Isto porque a Anatel está estabelecendo como contrapartida social para as operadoras de telefone celular que elas terão que levar a cobertura da tecnologia 3G via celular para todos os municípios do país.

E com relação à procura pelos cursos, qual a maior motivação dos alunos que buscam as EICs?

Sabemos que a maioria dos educandos das EICs veem nos cursos a porta de entrada para garantia do primeiro emprego, mas não é bem assim que funciona. Na verdade, o domínio da tecnologia é um requisito, mas sozinho não vai garantir a conquista do posto de trabalho. Com o passar do tempo, a comunidade vai percebendo que a presença da EIC garante muito mais do que oportunidades de emprego. Em Paraisópolis, por exemplo, foi detectado um problema sério de invasão de ratos nas residências. Os educandos da EIC realizaram uma pesquisa na Internet e verificaram que a maior causa para a infestação era o acúmulo de lixo e descobriram que a solução seria a coleta de lixo e visitas regulares do Centro de Controle de Zoonoses (CCZ). A comunidade mobilizou-se para a limpeza do lixo e contatou a prefeitura e o CCZ, que fazem coletas e inspeções periódicas por lá agora. Por meio de pesquisas na Internet, comunidades descobrem como despistar a fome e aproveitar melhor os nutrientes dos alimentos. Em uma comunidade indígena do Xingu, a EIC tem ajudado na venda direta digital de couro vegetal para a Europa, ou seja, ela gera outros caminhos para as comunidades onde atua. Na comunidade rural de Noiva do Cordeiro, na cidade de Belo Vale, Minas Gerais, há uma comunidade marginalizada por uma história de que suas mulheres seriam prostitutas. A EIC de lá é ponto de encontro para as reuniões da comunidade antes das eleições: elas discutem as propostas dos candidatos e fazem um acordo de todas votarem no mesmo nome para que elejam um vereador que as represente.

E qual o número de pessoas atendidas direta e indiretamente pelos projetos?

O número de pessoas diretamente atendidas depende da estrutura de cada EIC, já que elas são auto-geridas pelas comunidades e temos escolas de todos os tamanhos. Mas um instituto nos forneceu como fonte de cálculo que para cada educando da EIC são atingidas, indiretamente, mais três pessoas.

Há um processo de seleção de projetos? Como ele é feito?

Sim, há um processo de seleção com visitas aos locais e entrevistas aos interessados em abrir uma EIC e também entrevistas informais e periódicas com a comunidade. Para a seleção, é preenchida uma matriz de potencialidades. O CDI oferece à EIC hardware e software em comodato e uma capacitação técnica para os educadores de 70 a 80 horas.

Há envolvimento dos funcionários da organização no projeto (ações de voluntariado)?

Sim, a Philips, por exemplo, vem de uma parceria de anos com o CDI e suspendeu seu projeto a cerca de um ano para alinhamento com as políticas de sustentabilidade da empresa. Na EIC da Philips, que fica nas próprias instalações da empresa, são os próprios empregados que entram como voluntários pra oferecer cursos de informática para empregados diretos e terceirizados de áreas como manutenção e limpeza. Na Philips, há um suporte de um educador que fica fixo na EIC; da mesma forma, a Arcelor também tem uma pessoa fixa contratada como responsável. Estas empresas relataram o caso de empregados da área de limpeza que tinham receio em limpar os microcomputadores, com medo de quebrar os aparelhos e, depois que fazem o curso, eles perdem este medo. Normalmente os voluntários das EICs de empresas dedicam seu tempo ao ensino de informática em seu horário de almoço ou após o expediente. Muitas empresas que procuram o CDI alegam ganhar pontos em concorrências públicas, que estimulam empresas que investem em ações sociais. Um fato interessante observado é que as EICs estimulam o aumento do nível de escolaridade da comunidade; muita gente procura cursos de alfabetização para ter acesso à informática.

Qual é a capacidade média de atendimento das EICs?

Este dado depende muito do tamanho da EIC e de sua equipe. Em média, cada EIC capacita cerca de 120 pessoas por ano, em cursos com média de carga horária de 60 horas. Além disso, é oferecido acesso gratuito à comunidade, como nos telecentros, sendo que a média fica em 16 horas de acesso.

Existem indicadores do progresso do projeto? Como é feita a avaliação e controle das ações?

A avaliação é feita por etapas. Primeiramente, é preciso encontrar parceiros para financiamento da EIC. Depois, há a seleção de comunidades e entidades e as equipes são capacitadas simultaneamente em que são instalados os equipamentos e adaptado o espaço para receber a EIC. A escola desenvolve-se de maneira bastante independente e é valorizada a participação da comunidade. O CDI oferece, em todas as fases, um acompanhamento / suporte para o projeto, por meio de visitas *in loco*, respostas a dúvidas que podem vir por e-mail, MSN, entre outras formas. Durante as visitas, conversamos com a comunidade sem nos identificar para saber o que eles acham da EIC e como ela influencia a vida das pessoas da comunidade. Uma vez paramos em um bar e perguntamos onde ficava a EIC da comunidade. Curiosamente, as pessoas não sabiam onde era e ligamos para o responsável de lá. Imediatamente a pessoa responsável pela EIC saiu da casa ao lado do bar e nos disseram: 'ah, você queria saber onde era a escola de informática!' Voltando à parte de avaliação dos projetos, também temos um sistema, o SIG – Sistema de Informações Gerenciais, que nos foi doado pela Philips inclusive, e apresenta um modelo para coleta de informações quadrimestrais, preenchidas pelos responsáveis das EICs, que servem como banco de dados quantitativos para nossos relatórios. Um caso interessante que gostaria de contar é o de uma educanda que tinha uma avó idosa internada no hospital e não deixavam que a família ficasse junto para acompanhar a senhora. A educanda levou o problema à sua EIC e pesquisaram o estatuto do idoso na Internet. Ela descobriu que a avó teria o direito de ter um acompanhante no hospital, imprimiu e levou o estatuto lá e conseguiu o direito de ficar junto com ela. Este é um exemplo de benefício na dimensão individual das EICs. Na parte de mobilização de comunidades, temos uma EIC em Recife onde os moradores descobriram que a causa das enchentes era o acúmulo de lixo e os educandos fizeram cartazes e apresentações em Power Point para promover a conscientização da comunidade. Outro caso famoso é o do Ronaldo, um egresso da penitenciária de Lemos Brito no Rio de Janeiro, que montou uma EIC em sua comunidade para atender e oferecer oportunidades de negócios para egressos de penitenciárias.

Há aparição da marca no projeto? Quais são as peças de comunicação utilizadas para divulgação do projeto?

Parceiros como o Carrefour, que investem financeiramente nas EICs, têm sua marca divulgada no projeto, mas sem exageros (não é como aqueles lugares que divulgam “Sala de Informática da Empresa X”). Tudo é feito de forma que a comunidade não se sinta invadida. O CDI faz, também, um acompanhamento das notícias que saem na mídia. Com relação às peças de comunicação, são produzidos muitos vídeos que são exibidos em amostras e no YouTube; houve até uma série de reportagens veiculadas durante toda a semana no Jornal Nacional da Rede Globo (um de nossos parceiros), com a temática da inclusão digital do CDI. Também são feitas publicações, como livros, jornais das comunidades e revistas.

5.1.2. Grupo Light

Integrado pelas empresas Light S.A. (holding), Light Serviços de Eletricidade S.A (distribuidora), Light Esco Ltda. (comercializadora) e Light Energia S.A. (geração e transmissão), o Grupo está presente em 31 municípios do estado do Rio de Janeiro. Tem 3,8 milhões de clientes e um controlador inteiramente nacional - a Rio Minas Energia Participações S.A. (RME).

A empresa está associada a projetos voltados para a elevação da qualidade de vida da população, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social por meio da melhoria da infraestrutura de energia, vital para qualquer atividade.

5.1.2.1. Missão

Ser uma grande empresa brasileira comprometida com a sustentabilidade, respeitada e admirada pela excelência do serviço prestado a seus clientes e à comunidade, pela criação de valor para seus acionistas e por se constituir em um ótimo lugar para se trabalhar.

5.1.2.2. Valores

Foco nos resultados, mérito, coragem e perseverança, comportamento ético e solidário e alegria.

5.1.2.3. Grupo Light e o CDI

No website do Grupo Light foram encontradas as informações abaixo sobre a parceria com o CDI.

- A Light e o Comitê para a Democratização da Informática (CDI) são parceiros na promoção do uso da tecnologia da informação como instrumento para a construção e o exercício da cidadania. A empresa está investindo na capacitação de educadores, no acompanhamento dos cursos e na manutenção dos equipamentos das mais de 100 Escolas de Informática e Cidadania (EICs) do Estado.
- Além de novas escolas nas comunidades do Rio e da doação de computadores, a parceria resultou na criação da Escola de Informática e Cidadania do Centro Cultural Light (EIC CCL).
- A missão da EIC CCL é universalizar o acesso aos computadores e à internet para seus colaboradores e terceirizados, bem como democratizar esse acesso para as comunidades do entorno. Ela oferece noções sobre o sistema operacional, capacitação em editores de texto, planilha eletrônica, programa de apresentação e navegação na Internet, utilizando esse aprendizado como instrumento para construção e exercício da cidadania.
- A proposta político-pedagógica do CDI é capacitar educandos para serem agentes de transformação de sua própria realidade e de suas comunidades, tornando a EIC CCL um centro de referência e ponto catalisador de redes sociais. O consumo de energia de forma sustentável e a eficiência energética são também questões relevantes nessa abordagem.

5.1.3. Vale

A Vale é uma empresa global sediada no Brasil, com mais de 100 mil empregados, entre próprios e terceirizados. A empresa produz e comercializa minério de ferro, pelotas, níquel, concentrado de cobre, carvão, bauxita, alumina, alumínio, potássio, caulim, manganês e ferroligas. Sempre com foco no crescimento e diversificação de suas atividades em mineração, a Vale

investe em pesquisa mineral e tecnologias voltadas para a melhoria contínua de suas atividades.

Para dar suporte ao desenvolvimento e escoamento da produção, atua, também, como uma operadora logística e prioriza projetos de geração de energia voltados para o autoconsumo, de forma a garantir competitividade.

5.1.3.1. Missão

Transformar recursos minerais em riqueza e desenvolvimento sustentável.

- Para nossos acionistas, sob a forma de retorno total superior à média de mercado dos segmentos em que a Vale atua;
- Para nossos clientes, pela contínua proposta superior de confiabilidade de suprimento e de valor de uso, sustentados por inovação e desenvolvimento constantes;
- Para nossos empregados, proporcionando um ambiente de trabalho ético, transparente, desafiador, de oportunidades e que traga orgulho profissional para todos, com remuneração competitiva baseada na meritocracia;
- Para nossos fornecedores, pela visão de longo prazo e disposição de promover parcerias que visem ganhos para ambas as partes, por meio de desenvolvimento e inovação contínuos e fornecimento de bens e serviços de qualidade com custo compatível;
- Para as comunidades e países onde atuamos, pela ética, pelo respeito ao meio ambiente e a responsabilidade social com que agimos, integrando-nos e garantindo que nossa presença contribua positivamente para o desenvolvimento sustentável;
- Para todos os países em que atuamos, pela contribuição à economia, à geração de empregos e renda, à melhoria da qualidade de vida da população e ao desenvolvimento regional e nacional.

5.1.3.2. Visão

Ser a maior empresa de mineração do mundo e superar os padrões consagrados de excelência em pesquisa, desenvolvimento, implantação de projetos e operação de seus negócios.

5.1.3.3. Valores

- Ética e transparência: representam o nosso comportamento como organização. Agimos com integridade, respeitamos as leis, os princípios morais e as regras do bem proceder referendadas e aceitas pela coletividade, e comunicamos nossas políticas e resultados de forma clara.
- Excelência de desempenho: significa a busca da melhoria contínua e o controle dos resultados por indicadores de desempenho reconhecidos como referência das melhores práticas, promovendo ambiente de alta performance e assegurando a obtenção e manutenção de vantagens competitivas duradouras.
- Espírito desenvolvimentista: representa nosso empreendedorismo como organização que busca, incessantemente e com agilidade, novas oportunidades de ação e soluções inovadoras diante dos problemas e necessidades que se apresentam, assegurando a execução de estratégias que visam ao crescimento da Vale.
- Responsabilidade econômica, social e ambiental: reconhecemos e agimos no sentido de que estas dimensões estejam sempre em equilíbrio, de modo a promover o desenvolvimento e garantir a sustentabilidade.
- Respeito à vida: significa que não abrimos mão, em nenhuma hipótese, da segurança e do respeito à vida. Pessoas são mais importantes do que resultados e bens materiais. Se necessário escolher, escolhemos a vida.
- Respeito à diversidade: é perceber o outro como um igual, respeitando as diferenças e promovendo a inclusão competitiva; é ver nas diferenças oportunidades de integração e evolução.

- Orgulho de ser Vale: é o valor resultante. Assumimos e nos comportamos como donos do negócio, buscando incessantemente os objetivos definidos, compartilhando e celebrando os resultados e fortalecendo as relações. Nós nos orgulhamos quando sabemos que estamos construindo algo que fará a diferença. Essa é a razão do orgulho de ‘Ser Vale’ de todos nós, dirigentes e empregados da Vale.

5.1.3.4. A Vale e o CDI

No website da Vale foi encontrado apenas um release de divulgação sobre projeto da empresa com o Comitê para Democratização da Informática, cuja transcrição segue abaixo:

Vale Informática forma 100 alunos em Canaã dos Carajás

Como resultado da parceria entre Fundação Vale do Rio Doce (FVRD), Comitê para a Democratização da Informática (CDI), e Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás foi realizado, em dezembro, a formatura de 100 alunos do programa Vale Informática em Canaã.

O Programa Vale Informática surgiu no ano de 2001, com o objetivo de fortalecer o conhecimento e o exercício da cidadania por meio da inclusão digital de adolescentes, jovens e adultos das comunidades de baixa renda, e já atendeu cerca de 51 mil alunos desde sua criação em todo o Brasil.

As Escolas de Informática e Cidadania (EICs-Vale) vêm sendo implantadas em parceria com organizações locais da sociedade civil nos municípios onde a Vale atua. Os educadores são membros das próprias comunidades, capacitados a agir como agentes multiplicadores. O sudeste do Pará conta com escolas em Parauapebas, Marabá e Canaã dos Carajás.

5.1.4. Accenture

A Accenture é uma empresa global de consultoria de gestão, serviços de tecnologia e outsourcing. Com mais de 186.000 profissionais atendendo a clientes em mais de 120 países, a companhia teve receitas líquidas de U\$ 23,39 bilhões no ano fiscal encerrado em 31 de agosto de 2008.

5.1.4.1. Valores

- Preocupação com um futuro melhor: construindo um legado para as gerações futuras, pensando como proprietários da empresa, desenvolvendo as pessoas onde quer que estejam e cumprindo nossas obrigações com todos os envolvidos, tanto internamente como externamente.
- Os melhores profissionais: atraindo e desenvolvendo os melhores talentos para o nosso negócio, extraíndo o melhor de nosso pessoal e desenvolvendo uma atitude positiva.
- Criação de valor para o cliente: melhorando a performance de negócios de nossos clientes, criando relacionamentos de longo prazo, de ganhos mútuos e focalizando na excelência da execução.
- Uma rede global de relacionamentos: mobilizando o poder de trabalhar em grupo para a entrega consistente de serviços excepcionais para nossos clientes em todo o mundo.
- Respeito para com o indivíduo: valorizando a diversidade, assegurando um ambiente interessante e inclusivo, e tratando as pessoas como gostaríamos de ser tratados.
- Integridade: inspirando confiança ao assumir responsabilidade, atuando de maneira ética e encorajando um debate honesto e aberto.

5.1.4.2. Accenture e o CDI

O CDI ofereceu material sobre o Projeto Conexão, uma parceria público-privada da entidade com a Accenture Foundation. No site brasileiro da Accenture não há menção sobre o projeto e no site da fundação é priorizada a divulgação dos investimentos da organização em projetos no continente africano.

Lançado em 2007, o Projeto Conexão é o resultado da soma de esforços de duas organizações sociais do Terceiro Setor e apoio estratégico da Accenture Foundation. O CDI e a Rede Cidadã uniram suas metodologias de inclusão digital e de Rede de Geração de Trabalho e Renda visando promover a inclusão social para milhares de jovens.

Por meio da capacitação profissional, encaminhamento para o mercado de trabalho e acompanhamento profissional, o jovem tem a possibilidade de se desenvolver e tornar-se protagonista de sua história. O mesmo acontece com a consultoria empresarial gratuita a empreendimentos da comunidade, o que permite ao negócio e à comunidade se desenvolver e passar a ter condições e oportunidades para desenvolvimento do território.

As inscrições e pré-seleção para vagas de emprego são realizadas em ONGs, Igrejas e Escolas parceiras, sempre com o foco na orientação, seleção e capacitação profissional. Os candidatos da Conexão são encaminhados de acordo com o perfil de vagas disponibilizados por empresas e ONGs de acordo com o tipo de parceria.

A Conexão tem um banco de dados com mais de 1.500 jovens na faixa etária entre 18 e 30 anos, além de outras idades (14 a 17 anos e acima dos 31 anos), vindo das comunidades onde o CDI atua. O projeto busca o desenvolvimento humano e comunitário através de dois eixos de trabalho: empregabilidade e empreendedorismo.

A missão do Projeto é ‘capacitar, inserir e acompanhar jovens no mercado de trabalho, por meio de redes de parceiros e alianças estratégicas com foco em resultados’ e sua visão: ‘contribuir para uma sociedade mais justa por meio de desenvolvimento econômico, a partir da sinergia entre inclusão digital e rede de geração de trabalho e renda’. Os valores do projeto são inclusão social, foco em resultados e qualidade a menor custo, protagonismo juvenil, integridade, inovação, colaboração, sinergia e sustentabilidade.

Outras empresas podem ser parceiras do Projeto de duas formas:

- Empresa apoiadora: contratar jovens através do programa emprego; ceder vagas em treinamento para jovens ou empreendedores; disponibilizar infra-estrutura (equipamentos, espaço físico, alimentação, transporte) para capacitações; disponibilizar vagas em processos de seleção; divulgar o programa; ceder profissional voluntário ou profissional para atuar no projeto.
- Empresa Investidora: é aquela que financia a expansão da *Conexão – Uma parceria CDI e Rede Cidadã*. A parceira investidora aporta recursos financeiros por meio de investimentos no fundo institucional, o que

possibilita o investimento na causa – a rede de geração de trabalho e renda e a associação a marca da “Conexão”.

5.1.5. Philips

A Philips do Brasil é uma subsidiária da Royal Philips Electronics da Holanda e atua no País há 84 anos. Líder dos mercados locais de eletroeletrônicos, eletrodomésticos portáteis, produtos para cuidados pessoais, lâmpadas, aparelhos de raio-x e sistemas de monitoramento de pacientes, a Philips do Brasil atua ainda nos setores de telecomunicações e informática. Já a matriz, a Royal Philips Electronics da Holanda, é uma empresa diversificada de saúde e bem-estar, com foco em melhorar a vida das pessoas por meio de inovações oportunas.

Com um volume de vendas de 27 bilhões de euros em 2007, a empresa é líder de mercado em soluções para cuidados cardíacos, cuidados com a saúde em casa, soluções eficientes em iluminação e novas aplicações de iluminação, bem como em produtos de consumo e estilo de vida para o bem-estar pessoal, com forte posicionamento em flat TV, barbeadores elétricos, entretenimento portátil e saúde bucal.

5.1.5.1. Missão

Melhorar a qualidade de vida das pessoas através da introdução, no tempo certo, de inovações tecnologicamente significativas.

5.1.5.2. Visão

Num mundo em que a tecnologia toca cada vez mais todos os aspectos do nosso cotidiano, somos um fornecedor líder de soluções nas áreas de Saúde, Estilo e Vida e Tecnologia, ambicionando ser a companhia industrial mais admirada por todos os nossos parceiros.

5.1.5.3. Valores

- Encantar os consumidores
- Cumprir os nossos compromissos
- Desenvolver nossos funcionários
- Estimular a interdependência

5.1.5.4. A Philips e o CDI

Em 2002, a Philips firmou uma parceria com a ONG CDI – Comitê para Democratização da Informática, visualizando uma possibilidade para investir na educação por meio da inclusão digital. Como fruto dessa parceria, foi criada a primeira Escola de Informática e Cidadania – EIC, na unidade paulistana da Philips. Voltadas à inclusão digital por meio do desenvolvimento de conceitos de cidadania, as EICs capacitam seus alunos para o uso da informática como ferramenta de aprendizagem e facilitam o acesso a novas tecnologias de informação.

Os educadores, que são voluntários Philips, recebem do CDI capacitação, auxílio no desenvolvimento de metodologias, currículos específicos para diferentes grupos sociais e apostilas para as aulas. Além do acompanhamento técnico e pedagógico, o CDI presta ainda assessoria permanente ao projeto.

A metodologia utilizada baseia-se nos ensinamentos do educador Paulo Freire, segundo os quais o aluno deve ser colocado como sujeito atuante na transformação da realidade e no seu aprendizado, com subsídios para que este aluno tenha um livre entendimento sobre o mundo que o cerca.

Hoje, todas as unidades industriais da Philips no Brasil possuem uma EIC. Também existem EICs no México, Chile e Argentina.

Além dessa iniciativa pioneira, a Philips apoia o CDI em atividades de fortalecimento dos comitês regionais e internacionais, nas EICs nas comunidades e colabora para o desenvolvimento de estratégias de gestão. Com o apoio da Philips, o CDI lançou, em 2005, a publicação ‘Cidadania Digital: como o CDI utiliza a informática e a educação para promover a inclusão social e transformar vidas’, que relata o trabalho da organização por meio de depoimentos de pessoas das comunidades de baixa renda beneficiadas.

As aulas da EIC da fábrica de Rio Grande (Fapesa), na Argentina, tiveram início em 2006, e foram desenvolvidos projetos para a comunidade, com foco em cuidados com o meio ambiente, e para a fábrica, em higiene.

A primeira EIC no Uruguai fica na cidade de Montevideu e conta com a colaboração da Associação Providência, localizada em uma zona periférica e carente.

Dois cursos de três meses aconteceram na EIC dos escritórios da Philips, no México, dos quais participaram cinco voluntários e 28 alunos. Além disso, a empresa apoiou o desenvolvimento de duas outras EICs, com início em 2007, uma na Escola Mano Amiga, em Chalco, para onde foram doados 12 computadores, e uma na fábrica de Monterrey. Em 2006, a Philips apoiou 148 estudantes.

Resultados (de 2002 a 2006):

Voluntários	120
Alunos formados nas EICs Philips	690
EICs Philips	10 locais

5.2. Análise e interpretação dos dados coletados

O fato de o CDI ter sido criado no mesmo ano da chegada da Internet ao Brasil já demonstra a visão estratégica de seu idealizador, prevendo a necessidade de investimentos na área de inclusão digital para populações de baixa renda com a finalidade de oferecer oportunidades também para eles. A fundação da primeira EIC do CDI já teve em seu cerne uma parceria público-privada entre três organizações, sendo uma delas integrante da iniciativa privada, a C&A Modas, que entrou no projeto com a parte financeira (doação de computadores).

A missão, a visão e os valores do CDI estão bastante relacionados aos conceitos vistos na teoria deste trabalho. Foi visto que o CDI acredita na democratização do acesso à informação e na transformação de dados em conhecimento com a finalidade de promoção da cidadania. Há uma preocupação constante do CDI em fazer com que o aprendizado do uso das ferramentas tecnológicas nas EICs esteja diretamente relacionado à aplicação de conhecimentos no dia a dia da população atendida, não oferecendo apenas a formação técnica, mas também se preocupando com a parte intelectual e moral dos educandos.

A estrutura da entidade, organizada em CDI Matriz, CDIs Regionais e EICs nas comunidades assemelha-se muito a uma rede de relacionamentos,

uma sociedade da informação em rede. Nesta rede de informações, a Matriz é a responsável por fomentar os relacionamentos e estimular a cooperação entre os “nós” da rede, estimulando o compartilhamento de informações e experiências. Essa estrutura de trabalho também é característica do grupo dos enciclopedistas do Iluminismo, que desenvolviam seu trabalho intelectual de forma colaborativa e coletiva.

Ainda com relação ao trabalho, o próprio surgimento das organizações não-governamentais (ONGs) comprova a tese do ócio criativo do sociólogo Domenico De Masi, que aposta em um futuro com menos trabalho e mais tempo livre, em que os indivíduos poderão, então, dedicar-se a outros tipos de atividades, como o voluntariado e a solidariedade. Tendo em vista também a redução do papel intervencionista do Estado, pode ser visto, na prática, a organização das comunidades em torno das EICs visando à defesa dos interesses daquele grupo.

O fato de o CDI incentivar que os educadores também sejam moradores da comunidade personaliza a educação oferecida pelas EICs. O conteúdo das aulas parece ser mais flexível e móvel, informal e estar totalmente relacionado à vida dos alunos.

No gráfico apresentado sobre a origem dos recursos financeiros do CDI fica claro que o financiamento dos projetos advém prioritariamente das fundações internacionais e de empresas privadas, sendo que apenas 4% dos recursos vêm do Governo brasileiro. Ou seja, no Brasil, o grande responsável pelo sucesso nas ações de inclusão digital do CDI é o setor privado.

A entrevista com o Coordenador de Desenvolvimento Institucional do CDI, Edsmar Resende, foi bastante importante para conhecer a realidade dos projetos da entidade. A ligação das EICs com a comunidade do entorno foi bem ilustrada com os casos de sucesso descritos por Edsmar. A técnica de ensino é estimular que os educandos analisem criticamente a realidade que os circunda, seja por meio da produção de vídeos que posteriormente são exibidos em amostras promovidas pelos CDIs Regionais ou mesmo por meio de fotografias digitais. Estas ferramentas tecnológicas são utilizadas pela comunidade que passa a ‘ver o mundo ao seu redor com outros olhos’ e, para resolver seus problemas, a Internet, apresentações em Power Point e cartazes são feitos nos computadores das EICs.

A sustentabilidade financeira e independência das EICs são muito estimuladas pelo CDI, que desde o início dá suporte para que os projetos sobrevivam financeiramente e sejam auto-geridos pela comunidade, criando um sentimento de posse e conservação na população atendida.

Perguntado sobre os motivos do investimento de organizações privadas nos projetos do CDI de inclusão digital, Edsmar primeiro cita as preocupações da ONU e da sociedade em geral com o problema da exclusão digital. Este fato remete à ideia de que as empresas devem investir em ações de responsabilidade social, primeiramente, como forma de retribuir à sociedade os possíveis danos que ela possa ter causado. Depois, Edsmar cita que muitas organizações desejam melhorar sua imagem. No caso da Vale, a instalação da EIC em Itabira auxilia na projeção de uma imagem mais positiva da empresa na região, refletindo no uso da função política das Relações Públicas, privilegiando o trabalho preventivo no gerenciamento de possíveis crises. Já no caso da empresa de logística que queria uma parceria com o CDI, mas gostaria de uma ligação mais estreita com seu negócio, pode-se notar claramente a função estratégica das Relações Públicas. No caso da loja Martins, a EIC serviu para incrementar as vendas de um comerciante local, ou seja, a iniciativa demonstrou sintonia com os interesses públicos, um exemplo da função mediadora das Relações Públicas.

A assertiva de que a população acredita que a capacitação tecnológica garante o sucesso na vida profissional foi comprovada no depoimento de Edsmar. Segundo o coordenador, o primeiro motivo que faz com que o educando procure as EICs é por acreditar que o curso de informática facilitará a conquista do primeiro emprego. No entanto, Edsmar ressalta que a contribuição das EICs traz muitos outros benefícios.

No caso da Philips, a participação de voluntários que são empregados das organizações parceiras do CDI também aproxima os projetos sociais da força de trabalho da empresa. O voluntariado nas empresas acaba promovendo integração de interesses da organização e seus públicos (função administrativa das Relações Públicas) e também favorece o diálogo (função mediadora).

Nas histórias de sucesso contadas por Edsmar, também se pode notar o lado positivo da Internet, que auxilia na prática as comunidades onde existe

uma EIC a resolver seus problemas básicos, como saneamento público, saúde, coleta de lixo, e até mesmo o problema da educação, já que muitos procuram formação educacional para poder participar dos cursos das EICs. Isto quer dizer que a comunidade percebe que as empresas e o Governo estão migrando suas informações, seus meios de comunicação e serviços para os meios eletrônico e digital. Portanto, a tecnologia vem sendo utilizada como um instrumento de comunicação e mobilização social, para que as comunidades se expressem e exerçam seu direito à cidadania, à participação na vida pública.

A avaliação da instalação das EICs parte de instrumentos formais como relatórios e dados quantitativos até entrevistas informais na comunidade e parece facilitar o controle das ações do CDI.

Porém, pode-se verificar que há pouca divulgação dos parceiros dentro das EICs, que são até mesmo reconhecidas na comunidade como escolas de informática e não pelo seu nome formal, tamanha é a autonomia dos projetos. A marca dos parceiros pouco aparece nos projetos e, em uma análise dos clippings coletados pelo CDI, podem ser vistas apenas notícias relacionadas à atuação da entidade, não havendo divulgação dos parceiros propriamente ditos.

Analisando os dados coletados junto às quatro empresas que são parceiras mantenedoras do CDI (Grupo Light, Vale, Accenture e Philips), nota-se que o nome da EIC vem associado ao nome da empresa (por exemplo, EIC CCL, do Centro Cultural Light), ao menos na divulgação feita pela empresa em si. Além disso, a parceria da empresa com o CDI quase sempre vem acompanhada por uma parceria com o governo local e entidades sociais da região onde é instalada a escola.

O Grupo Light é uma empresa com atuação no estado do Rio de Janeiro que fornece serviços de infraestrutura de energia. Sua parceria com o CDI acaba por apoiar projetos de forma estratégica para o Grupo, já que relaciona o negócio de energia com informática e apoia EICs no estado onde a empresa atua. Em sua missão, o Grupo cita seu comprometimento com a sustentabilidade, separando os interesses dos clientes dos da comunidade, que são valorizados como públicos distintos. Isto significa que, para o Grupo, ações sociais voltadas para a sustentabilidade são estratégicas.

A parceria do Grupo Light com o CDI é divulgada no site da empresa e umas das EICs apoiadas está atrelada ao Centro Cultural Light. A EIC CCL (Escola de Informática e Cidadania do Centro Cultural Light) oferece cursos de inclusão digital voltados para colaboradores e empregados terceirizados, ou seja, é uma iniciativa voltada para a formação do público interno, alinhada estrategicamente ao negócio. Em sua divulgação sobre o projeto, o Grupo Light ainda ressalta suas características de estímulo ao exercício da cidadania e gerador de uma rede social de intercâmbio de informações (uma pequena sociedade da informação em rede). A Light ainda consegue alinhar o conceito de consumo eficiente de energia (negócio da empresa) à inclusão digital.

Com relação à Vale, trata-se de empresa de mineração também com foco em geração de energia para autoconsumo e tem, neste último seguimento, o alinhamento de seu negócio com a questão da informática. O desenvolvimento sustentável é abordado pela Vale tanto em sua missão como nos seus valores, o que indica que se trata de fator estratégico para a empresa. No entanto, no website da Vale só havia a divulgação sobre uma das EICs do programa Vale Informática, em formato de press release, como forma de divulgação para a imprensa. A falta de uma divulgação efetiva sobre os projetos de informática da Vale em seu website demonstra uma deficiência no posicionamento estratégico de Relações Públicas da empresa.

O único projeto divulgado no website foi implantado em Canaã dos Carajás e tem parceria com o governo local. As EICs levam o nome da Vale e estão presentes nos mesmos locais onde as mineradoras atuam, provavelmente para minimizar os impactos da presença da companhia, como foi citado pelo colaborador do CDI São Paulo em entrevista transcrita acima.

A Accenture é uma consultoria de gestão, serviços de tecnologia e outsourcing, ou seja, o negócio da empresa é diretamente relacionado à tecnologia e, uma parceria em projeto social nesta área, é considerada estratégica para a Accenture. Dentre os valores da empresa, está a preocupação com um futuro melhor, fato que pode ser ligado às questões de sustentabilidade e investimento em ações sociais.

O site da Accenture ainda traz um link específico sobre sustentabilidade corporativa, demonstrando que o posicionamento estratégico da empresa está intimamente relacionado ao cenário global, acompanhando as tendências das

organizações “pós-modernas”. Para a Accenture, a sustentabilidade corporativa faz parte de seu negócio porque alia sucesso da empresa a longo prazo ao desenvolvimento econômico e social da comunidade e um meio ambiente saudável.

Em sua fala institucional, é ressaltado que a Accenture no Brasil é uma empresa cidadã que se preocupa com as pessoas. Ela alega que essa preocupação pode ser observada ao aplicar treinamentos e incentivos aos colaboradores para que eles tenham uma postura socioambiental responsável na empresa e na sociedade.

Porém, não havia nenhuma menção aos projetos com o CDI no site da Accenture, o que demonstra a falta de posicionamento estratégico da companhia. As informações sobre o Projeto Conexão foram enviadas pelo CDI, sendo que se trata de uma parceria da entidade com a Rede Cidadã e a Accenture. O CDI é responsável pelos cursos de informática; a outra ONG, a rede Cidadã, preocupa-se com a parte de capacitação profissional e consultoria de negócios para as comunidades, com projetos para rede de geração de trabalho e renda; e a Accenture entra na parceria como empresa investidora. Os eixos do projeto são empregabilidade e empreendedorismo, sendo que este é o projeto analisado que tem mais ligação da capacitação em informática com o almejado sucesso profissional do cidadão do século XXI. Não é mencionado se a Accenture atua como empresa apoiadora, disponibilizando vagas ou cedendo voluntários para os projetos.

No caso da Philips, trata-se de empresa voltada para o segmento de eletrônicos em geral, telecomunicações e informática, negócios bastante relacionados aos projetos do CDI. Em sua missão, visão e valores, a Philips não menciona conceitos relacionados aos valores sociais da empresa, demonstrando que talvez esta área não seja considerada estratégica para a companhia.

No entanto, o site faz uma grande divulgação sobre seu projeto com o CDI, que funciona desde 2002 e, atualmente, encontra-se em revisão pela área de comunicação para alinhamento com políticas de sustentabilidade da Philips (que ainda não aparecem divulgadas no website). As EICs são instaladas nas fábricas da empresa, sendo que todas as unidades industriais têm EIC no Brasil, além de EICs em unidades no México, Chile e Argentina. A Philips

incentiva a integração do investimento social ao negócio da empresa até mesmo pelo fato de os educadores serem voluntários da empresa, aliando ao projeto de inclusão digital as funções administrativa e mediadora das Relações Públicas também.

Portanto, os dados coletados junto ao CDI comprovam a prática de boa parte das assertivas dos teóricos estudados anteriormente, com uma excelente base retórica para a existência de suas EICs. Porém, o trabalho do CDI junto aos parceiros pareceu bastante fraco, com pouca apresentação de vantagens estratégicas aos apoiadores e pouca divulgação das empresas mantenedoras.

Por sua vez, as empresas que apóiam financeiramente o CDI pouco utilizam a mídia digital para a divulgação de seus projetos de inclusão digital, apesar de as iniciativas estarem em grande parte alinhadas às suas diretrizes corporativas. A lacuna de divulgação em meio eletrônico dos projetos da parceria com o CDI pode dever-se ao fato de as empresas acreditarem apenas no benefício que prestam à sociedade, não traçando uma estratégia específica para também terem vantagens com relação à divulgação de sua imagem. Ou seja, apesar do alinhamento estratégico conceitual do projeto com os negócios, muito ainda poderia ser aproveitado diante de um investimento que já vem sendo realizado.

Considerações finais

A análise do cenário da era “pós-moderna” apontou diversos caminhos para a definição de estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas voltadas especificamente para a área de inclusão digital. A centralidade das novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs) e da tríade comunicação, informação e conhecimento apontam que o mundo digital tem determinado o sucesso profissional e pessoal dos cidadãos e as empresas da iniciativa privada podem utilizar esses dados de forma estratégica, realizando investimentos em projetos de inclusão digital.

Uma forma estratégica para tanto, é alinhar as ações de inclusão digital com a razão de ser da atividade da empresa, suas diretrizes corporativas (missão, visão e valores) e sua área de atuação. Além do investimento social, é vital que os projetos sejam amplamente divulgados para os públicos da organização, que pode, a partir de seus projetos sociais, estreitar relacionamentos e cultivar uma reputação corporativa positiva.

O estudo de caso apontou que o potencial estratégico dos projetos de inclusão digital analisados ainda é pouco explorado. Apesar de os estudos teóricos já terem avançado nesta área, na prática, ainda há muito o que ser desenvolvido em termos de estratégias e políticas de gestão de Relações Públicas voltadas para a inclusão digital de empregados e comunidade.

Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicosociologia das relações públicas**. São Paulo: Edições Loyola, 1989, 2ª ed.

_____. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2001, 3ª ed.

BAGGIO, Rodrigo. **Cidadania digital: como o CDI utiliza a informática e a educação para promover a inclusão social e transformar vidas / Comitê para Democratização da Informática**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

BARNARD, Chester I. “As Funções do Executivo.” São Paulo: Atlas, 1971. *In*: CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta. São Paulo: Atlas, 1985.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom**. United States of America: Strange Fruit, 2006.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri: Manole, 2003.

CARVALHO, Carmella Batista de. “Relações públicas nos programas de responsabilidade social”. *In*: KUNSCH, Margarida Maria Krohling e KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007, p. 352-366.

CARVAS JÚNIOR, Waldomiro. “Relações públicas no gerenciamento de crises”. *In*: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p. 205-213.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999a, v.1.

_____. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo, Paz e Terra, 1999b, v. 3, p. 411-439.

_____. "Internet e sociedade em rede". In: MORAES, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 255-287.

CASTRO, Cosette. *O sistema nacional no espaço global*. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano. **Mídia cidadã – utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006, p. 49-64.

CITELLI, Adilson Odair. "Comunicação, educação e linguagem". In: SOARES, Ismar de Oliveira (coord.). **Caminhos da educomunicação**. São Paulo: Editora Salesiana, 2001, p. 63-68.

COHN, Gabriel. "A forma da sociedade da informação". In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A. e SILVA, Hélio (orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 20-27.

COMPARATO, Fábio Konder. "O princípio da igualdade e a escola". In: CARVALHO, José Sérgio (org.). **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, p. 66-84.

CRUZ, Renato (Org.). **O que as empresas podem fazer pela inclusão digital?** São Paulo: Instituto Ethos, 2004.

DALLARI, Dalmo de Abreu. "Um breve histórico dos direitos humanos". In: CARVALHO, José Sérgio (org.). **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, p. 19-42.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**; entrevista a Maria Serena Palieri; tradução de Lea Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DOWBOR, Ladislau. "Economia da comunicação". *In*: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A. e SILVA, Hélio (orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 47-61.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002, p. 9-38.

GRAJEW, Oded. "O Brasil e a caminhada para as Metas do Milênio". *In*: **Bem Comum – FIDES: Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social**. São Paulo: Nova Bandeira Produções Editoriais, 2005, ano IX, n. 85 – edição especial, p. 17-29.

GRUNIG, James E. "A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal". *In*: **Comunicação & Sociedade / Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social; Universidade Metodista de São Paulo**. – ano 24, n. 39 (1º semestre de 2003). São Bernardo do Campo: Umesp, p. 67-92.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HOLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2001, p. 39-59.

IANHEZ, João Alberto. "Relações públicas nas organizações". *In*: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p. 155-162.

IANNI, Octávio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996, p. 189-207.

_____. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JAMBEIRO, Othon. “Reflexões sobre políticas e estratégias sociais de informação, cultura e comunicação em tempos digitais”. *In*: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling e ALMEIDA, Fernando Ferreira de (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003 (Coleção INTERCOM de Comunicação; v. 17), p. 219-234.

KERCKHOVE, Derrick de. “Da democracia para a ciberdemocracia”. *In*: FELICE, Massimo Di. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 125-144.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003, edição revista e revisada.

_____. “Sociedade civil, multicitadania e comunicação social”. *In*: KUNSCH, Margarida Maria Krohling e KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007, p. 59-77.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Globalização comunicacional e transformação cultural”. *In*: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 57-86.

MELO, José Marques de. “A muralha digital: desafios brasileiros para construir uma sociedade do conhecimento”. *In*: PERUZZO, Cicilia; BRITTES, Jussara (orgs.). **Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão?** São Paulo: INTERCOM, 2002 – coletânea de trabalhos apresentados no VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, Vitória – ES, 2001, p. 37-44.

MOTTA, Fernando C. Prestes. **Teoria geral da administração: uma introdução**. São Paulo: Pioneira, 1997, p. 73-100.

NAMBURETE, Eduardo. "Internet: a nova segregação digital". *In*: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling e ALMEIDA, Fernando Ferreira de (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003 (Coleção INTERCOM de Comunicação; v. 17), p. 235-244.

NAVARRO, Andrés. "A contribuição das empresas para uma ordem econômica mais justa e para a redução da pobreza". *In*: **Bem Comum – FIDES: Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social**. São Paulo: Nova Bandeira Produções Editoriais, 2005, ano IX, n. 85 – edição especial, p. 47-50.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. "Sociedade da Informação no Brasil: desafio de tornar a Internet de todos para todos". *In*: PERUZZO, Cicilia; BRITTES, Jussara (orgs.). **Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão?** São Paulo: INTERCOM, 2002 – coletânea de trabalhos apresentados no VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, Vitória – ES, 2001, p. 45-53.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos: o contínuo crescimento do desemprego em todo o mundo**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2004.

RIOS, Terezinha Azeredo. "Ética, ciência e inclusão social". *In*: CARVALHO, José Sérgio (org.). **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, p. 118-129.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, p. 13-38.

SATHLER, Luciano. “Cúpula mundial sobre a sociedade da informação – WSIS: desafios da governança global para a sociedade civil. *In*: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina e SATHLER, Luciano (orgs.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006, p. 35-46.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**. São Paulo: Editora Record, 1999.

SILVA, Helena; JAMBEIRO, Othon; LIMA, Jussara e BRANDÃO, Marco Antônio. “Inclusão digital e educação para a competência informacional: uma questão de ética e cidadania”. *In*: **Revista Ci. Inf., Brasília**, v. 34, n. 1, p. 28-36, jan./abr. 2005.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

SOARES, Maria Victoria Benevides. “Cidadania e direitos humanos”. *In*: CARVALHO, José Sérgio (org.). **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, p. 43-65.

SORJ, Bernardo e GUEDES, Luís Eduardo. “Exclusão digital – problemas conceituais, evidências empíricas e políticas públicas”. *In*: **Revista Novos Estudos**. São Paulo: CEBRAP, n. 72, julho 2005, p. 101-117.

TAKASASHI, Tadao. “A sociedade da informação”. *In*: PERUZZO, Cicilia; BRITTES, Jussara (orgs.). **Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão?** São Paulo: INTERCOM, 2002 – coletânea de trabalhos apresentados no VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, Vitória – ES, 2001, p. 19-36.

TAPSCOTT, Don. **Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da geração net.** São Paulo: Makron Books, 1999, p. 246-270.

VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente.** Lisboa: Olhos d'água, 1992.

VIEIRA, Roberto. "Os meios de comunicação de massa e cidadania". *In*: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling e ALMEIDA, Fernando Ferreira de (orgs.). **Comunicação para a cidadania.** São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003 (Coleção INTERCOM de Comunicação; v. 17), p. 17-27.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Sites Consultados

Accenture - <http://www.accenture.com/countries/Brazil.htm> acessado em 11/02/2009.

BEPPLER, Luciane Neves. "E afinal, o que é estratégia?". Site: <http://www.pr.gov.br/batebyte/edicoes/2003/bb129/afinal.shtml> acessado em 05/08/2008.

Cetic – Pesquisa TIC Domicílios 2007 - <http://www.cetic.br> acessado em 07/02/2009.

CDI – www.cdi.org.br acessado em 05/02/2009.

Grupo Light - <http://www.lightrio.com.br/web/institucional/cultura/grupolight/tegrupo.asp?mid=8687942772267225> acessado em 11/02/2009.

Instituto Ethos - http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx acessado em 02/02/2009.

Mapa da Exclusão da FGV em:
http://www2.fgv.br/ibre/cps/mapa_exclusao/SUMARIO/sumario%20interativo.htm
m acessado em 29/01/2008.

Philips - <http://www.philips.com.br/> acessado em 11/02/2009.

PORTER, Michael. "O que é estratégia?" Condensado de "What is strategy?".
Harvard Business Review, nov./dez. 1996. Site:
www3.pucrs.br/pucrs/files/adm/asplam/estrategia.pdf acessado em 05/08/2008.

Vale - <http://www.vale.com/vale/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>
acessado em 11/02/2009.