Inclusão digital e negócios na Internet

por Marco Aurélio Ruediger

Este artigo discute a questão da inclusão digital como elemento fundamental para expansão de negócios na rede. Consideramos em primeiro lugar o desenvolvimento no uso da Internet comparando diversos países. Em seguida, usando uma abordagem empírica, observamos no caso brasileiro a distribuição dos acessos «vis-à-vis» o status social de diferentes áreas na cidade do Rio de Janeiro, e comparamos esses resultados com a distribuição espacial de bancos na mesma área. Concluímos argumentando pela racionalidade do exercício da responsabilidade social da esfera privada, em influenciar a sociedade para um maior provimento de meios de acesso a Internet.

Palavras-chave: *Digital, Internet, World Wide Web, Rede, Responsabilidade Social, Serviços Públicos, Globalização, Pós-Modernidade*

O uso das novas tecnologias de informação e comunicação [TIC] aplicadas a um amplo arco das funções na sociedade tem permitido crescentemente o surgimento do provimento de serviços públicos e privados onde a economia de custos, a facilidade de agilização da gestão, a possibilidade de implementação de mecanismos de *feedback* são possibilitados, e tornam-se, de forma cada vez mais contundente símbolos de eficiência e diferencial competitivo para agências públicas e instituições da esfera privada.

Em termos gerais pode-se pensar nas seguintes relações sustentadas pelos novos meios eletrônicos, notadamente pela Internet: 1) aplicações *web* com foco para o segmento negócio-negócio [B2B]; 2) aplicações *web* voltadas para a relação negócio-cidadão [B2C]; e 3) aplicações *web* referentes a estratégias negócio-governo [B2G]; 4) aplicações *web* relativas a estratégias de governo dentro dessas mesmas perspectivas, tais como: [G2C], [G2B] e [G2G]. Em uma extensão dessas relações poder-se-ia pensar ainda em aplicações [C2C], tais como sites de cidadãos centrados em diversa gama de interesses comuns, organizados pela rede como no caso do Seattle Community Network [www.scn.org]. Em conjunto, esses processos além de promover essas relações em tempo real e de forma eficiente, seriam ainda potencializadores de boas práticas de gestão e catalisadores de uma mudança profunda nas estruturas de governo e de negócios proporcionando mais eficiência, transparência e desenvolvimento, além do provimento democrático de informações para decisão no âmbito de sociedades democráticas [Ruediger, 2002].

Quando olhamos para os paradigmas da globalização e da pós-modernidade, é inescapável perceber a tecnologia não só como elemento possibilitador dos modernos processos de desenvolvimento econômico em nossa era, mas, sobretudo, como o grande elemento vertebrador de todo um processo de mudança na sociedade, base de novos processos econômicos. Nesse sentido, o impacto das novas tecnologias de informação e comunicação - TICs - é central, e ferramentas como a Internet tornam-se cada vez mais fundamentais ao novo ambiente de negócios. Da mesma forma, a acessibilidade a essas novas mídias interativas, torna-se mais do que nunca um bem de cidadania que afeta, em função do nível social de provimento desse bem, tanto a incorporação de referenciais de pertencimento cívico, quanto de inclusão na nova economia, determinando o crescimento de negócios e a competitividade de setores na

Marco Aurélio Ruediger
Professor Adjunto da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE) da Fundação Getulio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, Brasil. Doutor em Sociologia pelo IUPERJ e Mestre em Análise de Política Urbana e Administração, New School for Social Research, NY, USA.
E-mail: ruediger@fgv.br

Recebido em Julho de 2002 e aceite em Julho de 2002.

razão direta da acessibilidade ao espaço virtual pela população. A Internet seria assim um elemento de incorporação a bens e serviços, tanto públicos quanto privados, e o acesso a ela poderia ser visto como um bem de cidadania, tal como, por exemplo, o transporte e a telefonia.

Vemos nessa chave uma oportunidade de constituir um elemento de ampliação de negócios e redução de custos operacionais. Isso, tanto pela articulação em rede dos diversos segmentos da administração de gestão pública e privada, como pela introdução de mudanças estruturais na relação do cidadão-cliente com diversos segmentos de negócios, incluindo não só o provimento de serviços mas também de relacionamento, vinculado a transparência de processos e sua maior eficiência e permeabilidade na relação comercial. Poder-se-ia dizer, portanto, que crescentemente um componente importante de democratização do cliente e potencialização de cidadãos é fortalecido por esse processo, ou melhor, transformando-os mais do que nunca em atores cidadãos, constituídos da sociedade civil, através do exercício de direitos e agregação de preferências coletivas, seja em relação ao mundo público, como também ao mundo privado, mediadas pelos mecanismos de TIC. Ou seja, há uma possibilidade, mesmo que distante, de estender o acesso ao cliente para além dos serviços comuns, alcançando uma outra esfera qualitativa em termos de interação direta, onde houvesse uma efetiva capacidade de *accountability* e interlocução entre decisores públicos, empresários e cidadãos.

Entretanto, capacidades cognitivas diferenciadas, decorrentes de processos históricos, bem como assimetrias sociais notórias em nossa sociedade, somados à própria escassez de provimento amplo de meios físicos de acesso, produzem, no agregado, a chamada Exclusão Digital, ou *"Digital Divide"* [Norris: 2001], que contraria a perspectiva otimista de ampliação do acesso amplo e democrático, seja da esfera pública como da privada, por mecanismos de relações G2C ou B2C. Ou seja, por essa chave, os segmentos *off-line* permaneceriam segregados em relação ao mundo virtual, e, conseqüentemente, a gama de negócios possíveis nessa esfera. Isso ocorre na maioria dos países, apenas que em escala diferenciada, como veremos a seguir.

Muito embora essa discussão seja também própria das relações da esfera pública e da sociedade civil sobre o acesso a esses novos meios, os exemplos analíticos daquele campo podem perfeitamente ter uma tradução para a problemática da esfera privada nesse campo. Isso é possível, pois trata-se sobretudo de problemas vinculados, ou decorrentes, do provimento de bens públicos ligados as TIC, tal como na Revolução Industrial, onde a necessidade de educação em massa levou a implantação de escolas públicas, preparando também a população para os novos processos econômicos que advinham, com efeitos paralelos na percepção de direitos e cidadania. Há, como veremos, nesse momento, uma racionalidade que sugere a necessidade de um compromisso social da iniciativa privada no sentido de pressionar para o provimento mais intenso desses bens.

Objetivamos aqui apontar a problemática dos negócios nesse novo contexto, e as dificuldades de avançar na oferta de serviços nesse campo, em função de falhas de provimento de acesso generalizado dessas novas mídias. No próximo segmento discutiremos a questão da acessibilidade da rede em termos comparativos entre diversos países com foco no caso brasileiro. Em seguida, discutiremos a distribuição física do acesso, utilizando o caso da cidade do Rio de Janeiro em termos dos usuários de Internet e da distribuição espacial de um segmento de negócios, o setor bancário. Concluímos apontando para a necessidade de uma agenda de interesse da esfera privada, mas que passa fundamentalmente por uma articulação societal, uma vez que a questão da dificuldade negocial é fundamentalmente uma questão de provimento de bens de cidadania, o que nos leva a concluir pela responsabilidade social do mundo dos negócios.

A Questão da Acessibilidade à Rede

Em geral, boa parte da bibliografia mundial sobre o tema concentra-se em análises sobre países da OECD. Entretanto, nações como Brasil, México e Índia, apesar de seu *status* de economias em desenvolvimento, apresentam um uso intensivo dessas novas tecnologias, o que lhes confere um caráter diferenciado, e inclusivo, nesses trabalhos. Tais análises, porém, tendem a ser relativamente superficiais, sem perceberem a questão da Internet *vis-à-vis* o quadro de assimetria social dos países, em especial daqueles em desenvolvimento, derivado da enorme concentração de

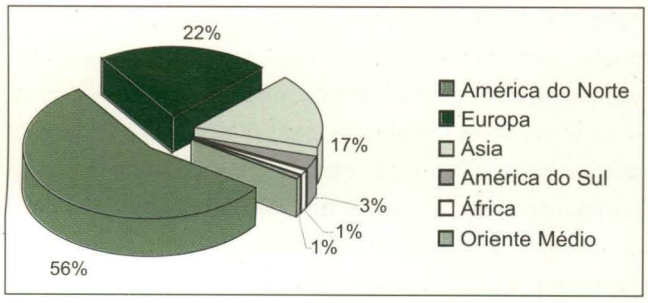
renda, e, ao mesmo tempo, em ambiente com população numerosa.

Essa leitura diagonal do problema induz a uma percepção excessivamente otimista do governo eletrônico, uma vez que o número total de usuários, contraposto com o de outros países, poderia enquadrar casos como o do Brasil em uma categoria desenvolvida de utilização de Internet e serviços *web*. Isso leva a contradições conceituais entre os profissionais e instituições que atuam no campo, os quais terminam por subestimar a exclusão de um enorme contingente de habitantes, afetando os postulados de uma administração democrática fundamentada nessas novas tecnologias. Muito embora, comparativamente, a América do Sul tenha um nível de utilização da *web* bem inferior ao de outras regiões, o Brasil apresenta índices semelhantes ao de países desenvolvidos, em termos absolutos do número de usuários de *web*, e, deve-se acrescentar, com sistemas de informações *on line* bastante avançados em todas as esferas.

O problema essencial nesse caso, é que esses trabalhos desconsideram as especificidades de sociedades como a brasileira, envolvida em uma tripla exclusão, ou seja, vivenciamos não apenas a exclusão social e espacial em nossas cidades, mas também agora a exclusão digital[1]. Os gráficos abaixo ilustram esse ponto, onde, uma leitura diagonal da questão poderia induzir a erros.

O primeiro indica aproximadamente a posição preponderante da América do Norte, com 56% dos usuários; seguida da Europa com 22%; da Ásia, com 17%; da América do Sul, com 3%; da África, com 1% e, finalmente, do Oriente Médio, com 1%. O segundo gráfico posiciona os 15 maiores países por número de *hosts*.

Figura 1
Distribuição do acesso à Internet por região geográfica



Fonte: www.nua.ie

Posição dos países por número de «*Hosts*»		
1°	Estados Unidos*	106.182.291
2°	Japão (.jp)	7.118.333
3°	Canadá (.ca)	2.890.273
4°	Alemanha (.de)	2.681.325
5°	Reino Unido (.uk)	2.462.915
6°	Austrália (.au)	2.288.584
7°	Itália (.it)	2.282.457
8°	Holanda (.nl)	1.983.102
9°	Taiwan (.tw)	1.712.539
10°	França (.fr)	1.670.694
11°	Brasil (.br)	1.644.575
12°	Espanha (.es)	1.497.450
13°	Suécia (.se)	1.141.093
14°	Finlândia (.fi)	944.670
15°	México (.mx)	918.288

Fonte: Network Wizards - Janeiro de 2002

Entretanto, não podemos interpretar superficialmente esses dados, pois o fato do número de *hosts* ser significativo, e caracterizar o Brasil diferentemente ao quadro dos países em desenvolvimento, não traduz claramente relações internas de concentração de acesso à informações via *web*.

Observando a tabela a seguir, temos uma percepção diferente dessa mesma realidade. Assim, pode-se notar mais acuradamente que, a despeito do acesso em termos absolutos ser significativo no Brasil, em termos relativos esse número é abaixo da média dos países desenvolvidos. No caso brasileiro, isso se traduz em menos de 5% da população, enquanto no Canadá, por exemplo, aproxima-se de quase 50%. Ou seja, por essa tabela, fica claro que os aproximadamente 14 milhões de usuários *web* brasileiros, formam um grupamento de peso efetivamente considerável, que colocam o Brasil entre os países com maior população de usuários de Internet no mundo.

Porém, e esse é um ponto fundamental, ao observarmos comparativamente esses números, não mais pelo prisma dos valores absolutos, mas, dessa feita, pelo ângulo da razão entre usuários *web* e população geral, observamos que o Brasil possui uma das piores relações dentre o grupo selecionado, como demonstrado pela tabela e pelos gráficos subseqüentes que geramos **(ver pág. 61)**.

Nações Selecionadas	População	Usuários de Internet (Fontes)
Argentina	37.4 milhões	3.88 milhões (Nielsen NetRatings)
Brasil	174.5 milhões	16.84 milhões (Nielsen NetRatings)
Canadá	31.6 milhões	14.2 milhões (Media Metrix Canada)
Chile	15.3 milhões	3.1 milhões (Int'l Telecom. Union)
Finlândia	5.2 milhões	2.69 milhões (Taloustukimos Oy)
França	60 milhões	16.97 milhões (Mediametrie)
Alemanha	83 milhões	30.2 milhões (Forsa)
Hong Kong	7.2 milhões	4.35 milhões (Nielsen NetRatings)
Itália	57.7 milhões	19.25 milhões (Nielsen//NetRatings)
Japão	126.8 milhões	51.34 milhões (NetRatings Japan)
Portugal	10.3 milhões	3.6 milhões (Instituto das Comunicações de Portugal)
Reino Unido	59.6 milhões	34.0 milhões (Nielsen//NetRatings)
Estados Unidos	278.0 milhões	165.75 milhões (Nielsen//NetRatings)
Venezuela	24 milhões	1.2 milhões (Cavecom-e)

Fonte: www.nua.ie

Figura 2
Usuário de Internet por pop. de países escolhidos

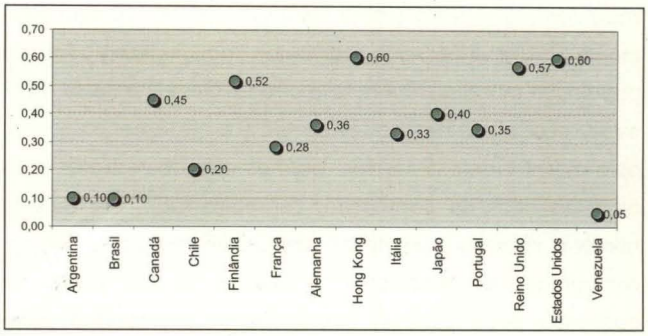
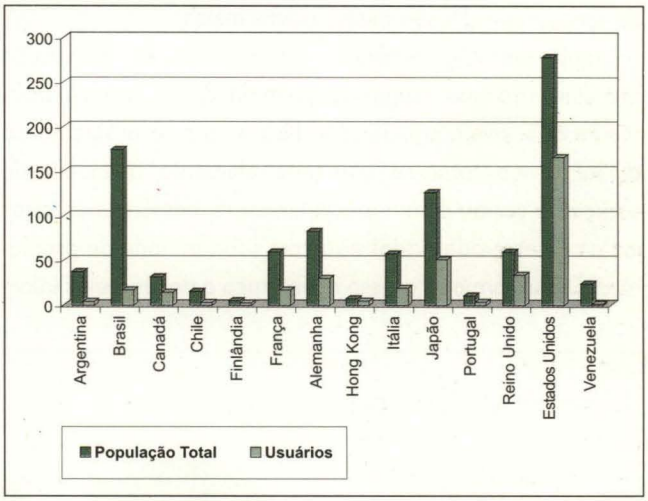


Figura 3
População de países escolhidos e usuários de Internet (em milhões)



Ficam evidentes, portanto, as limitações dessas relações no tocante ao provimento de bens e serviços vários, desde aqueles relativos ao governo até aqueles relativos ao mundo dos negócios. Nesse último caso, problematiza-se, com o teto baixo de usuários, a questão da extensão dos mercados, a possibilidade de interação mais personalizada com o cliente e de vendas por meios virtuais, bem como a diminuição dos custos operacionais. No próximo segmento discutiremos mais detalhadamente essas questões e, mais especificamente, o problema do *digital divide*. Por digital divide, queremos nos referir a questão da exclusão digital, em especial nesse artigo, ao provimento assimétrico na sociedade de instrumentos de acesso a serviços na *web*. Evitaremos aqui a discussão sobre o aprendizado cognitivo voltado para compreensão e utilização de ferramentas de busca e elementos de acesso como hipertexto, que mesmo sendo importantes, fogem ao ângulo específico aqui abordado. A chave analítica utilizada a seguir busca utilizar como exemplo a questão da distribuição espacial da rede bancária em uma metrópole, contraposta ao uso de Internet e o *status* social das populações por bairro.

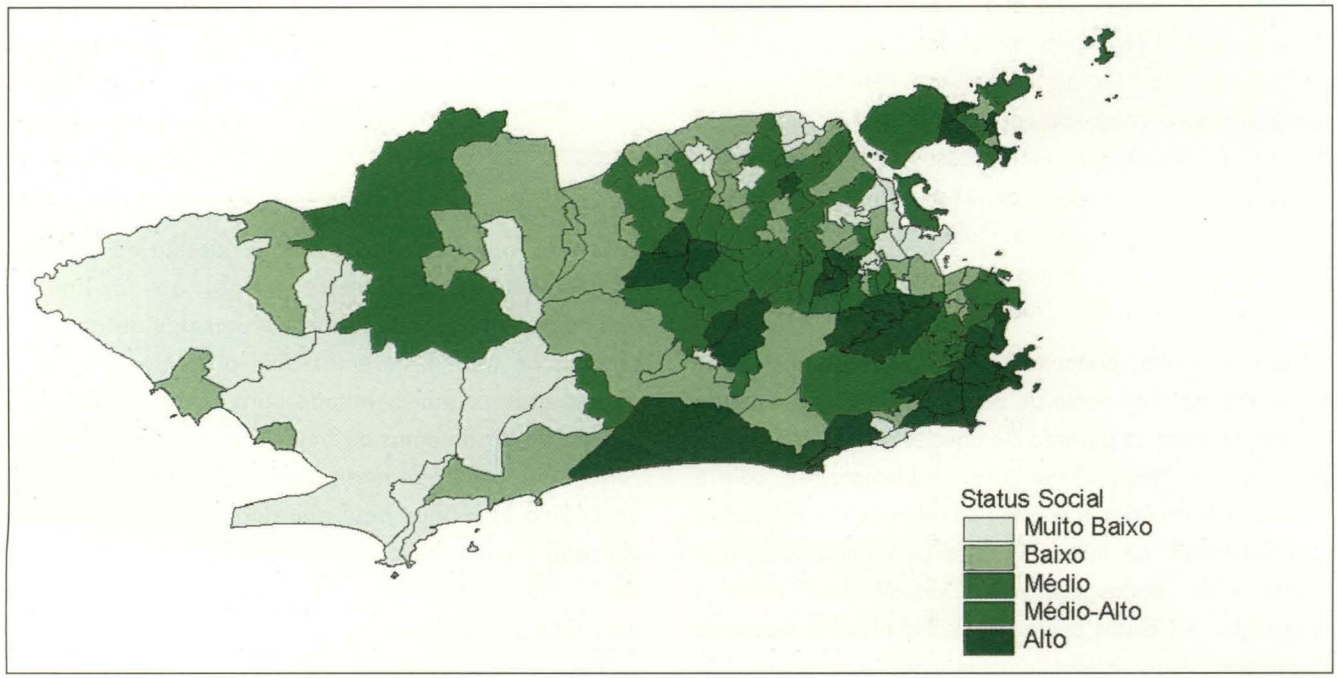
«Digital Divide» e a Expansão dos Negócios na Rede

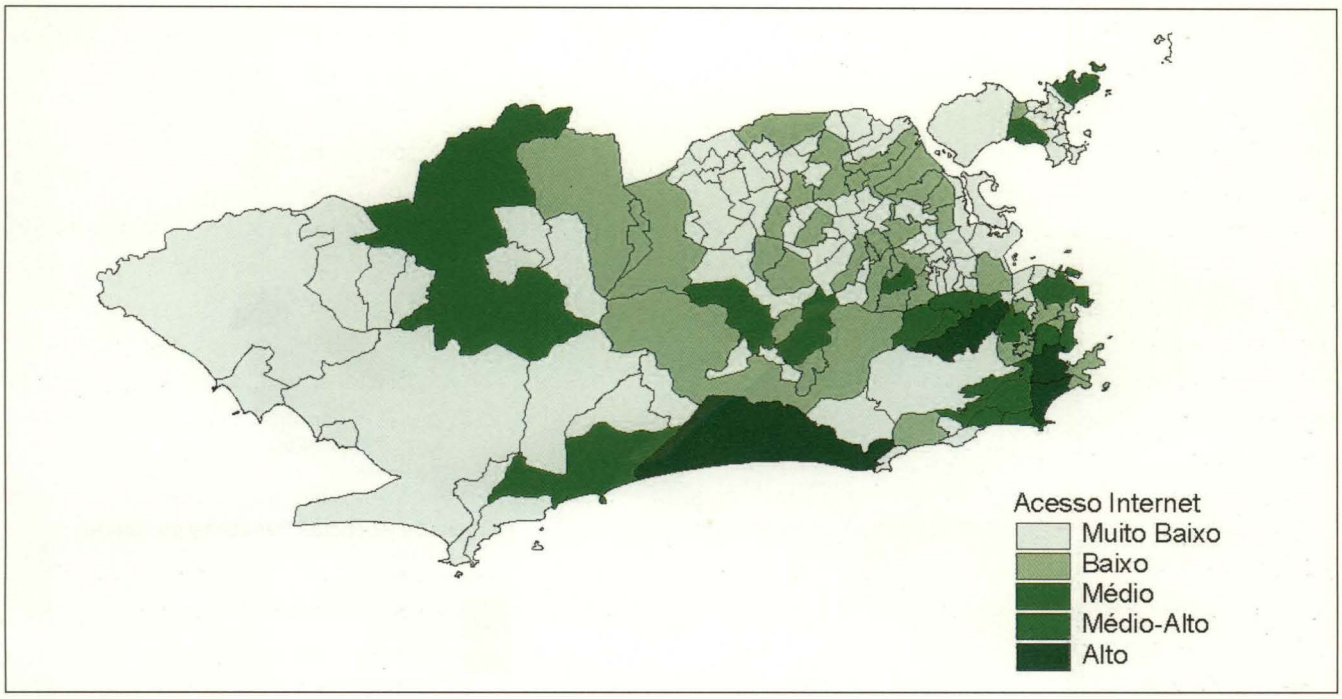
Segundo a UNDP [Habitat, 2000], a Internet é caracterizada como um gueto global, pois apenas 2% (aproximadamente 250 milhões dos indivíduos mais privilegiados da população mundial) têm acesso a rede. Destes, note-se, 80% estão localizados nos países da OECD. Na América Latina, pela mesma fonte, 90% dos usuários vem dos estratos sociais mais altos da população. Por outro lado, em recente relatório sobre *e-government* da OCDE realizado entre a comunidade de tomadores de decisão de oito países de economia pós-industrial, apresentou-se um cenário complexo no que tange ao impacto da TIC no processo de análise de políticas e governança [Norris: 2001]. Esses indícios demonstraram que a realização do potencial do da rede como ambiência de negócios, ainda está por vir, e depende de uma ampla difusão desses novos meios.

Como exercício analítico, consideremos a população brasileira, da qual, segundo o último censo, aproximadamente 80% vivem em cidades. Nesse caso, o problema do *digital divide* torna-se um forte elemento adicional de assimetria social, com impacto crescente nas áreas urbanas extremamente adensadas e já com uma miríade de problemas. Dessa forma, o acesso assimétrico a novos meios informacionais tem seu reflexo no local, afetando serviços, infraestrutura e a qualidade de vida, apontando justamente para o aumento, e não para a diminuição, de disparidades socioeconômicas e espaciais que, no limite, afetam negativamente a própria capacidade competitiva de uma cidade ou até do país, e, com certeza, da capacidade de utilização desses meios para maior competitividade e inserção no mercado pelo ângulo das empresas privadas.

Nesse sentido, a tecnologia e seus nexos físicos promovem uma nova dinâmica social e econômica na sociedade, onde o fluxo dos espaços é superposto pelo das informações [Castells: 1997], porém a distribuição do acesso aos meios nos quais as informações públicas estão reunidas, inclusive e crescentemente aos serviços que são disponibilizados na rede, é mais expressiva àqueles segmentos que já têm acesso a canais de informação, rede de contatos, ou ainda proficiência e meios de uso das novas mídias.

Observemos como exemplo o caso do Rio de Janeiro. Os mapas abaixo são cruzamentos georeferenciados[2] [Ruediger: 2000]. O primeiro denota o *status*-social[3] por bairro da cidade, ou seja, quanto mais escura a área maior o *status*-social. No segundo, temos uma *proxy* de acessos à Internet[4]. Contrapondo essas informações, fica evidente que



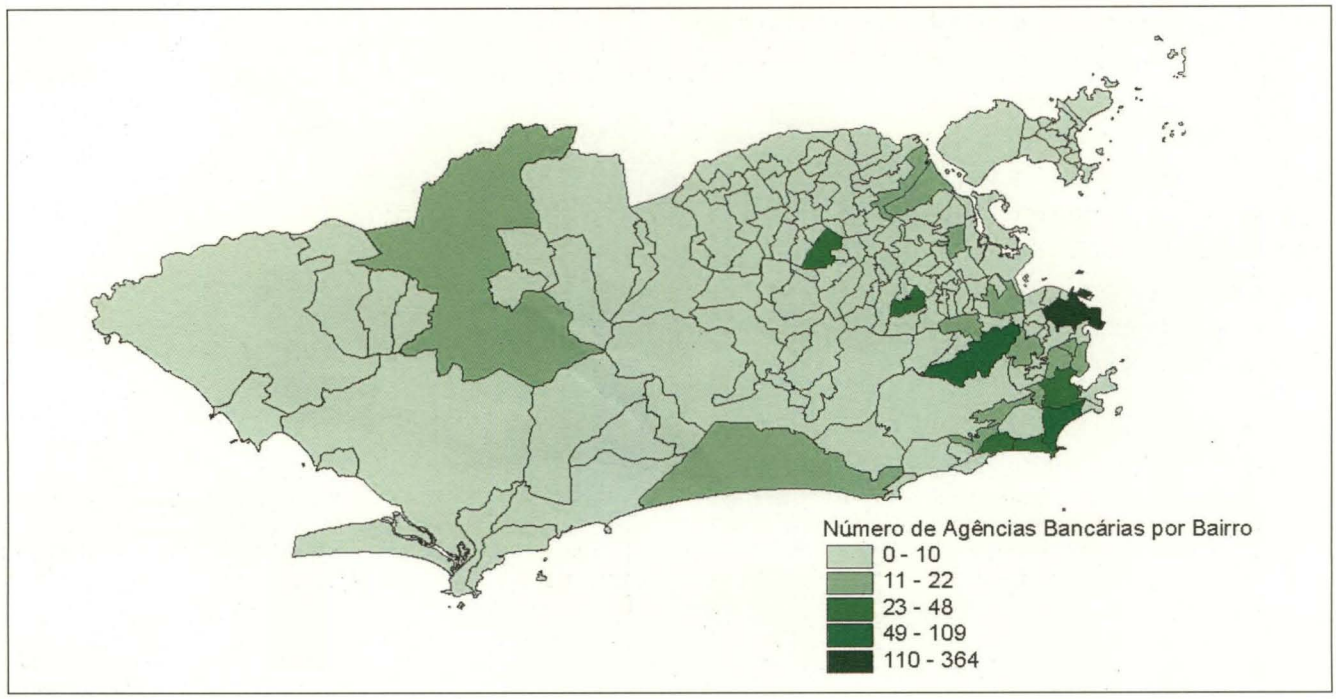


quanto mais alto o *status*-social da área, maior o número de acessos, sendo essas, não por acaso, as áreas melhor infra-estruturadas da cidade.

Como podemos perceber pelos mapas acima, a alta correlação entre setores de maior *status*-social com o uso mais intenso de TIC sugere um nível de acessibilidade superior de informações e serviços, justamente dos segmentos já sobrecapacitados nesse aspecto em nossa sociedade. Essa discussão adiciona na agenda pública, a questão de políticas que visem à democratização do acesso aos mecanismos do Estado, e mesmo aos serviços privados, pelas TIC, como um patamar de ação pública, cada vez mais influente. Em outras palavras, não apenas para o setor público, na sua relação com a sociedade, mas também para o setor privado, tal assimetria produz padrões diferenciados de acesso a serviços.

Por exemplo, a história relativamente longa e muita bem sucedida dos serviços bancários on-line no Brasil é sentida por meio de sua aceitação pela clientela. O Bradesco, maior banco privado nacional, informa que 22% de seus clientes utilizam os seus serviços, enquanto o Itaú, o segundo no ranking privado nacional, revela que seu número é 25%. Isso pode ser melhor percebido se adicionarmos à nossa análise mais um mapa, por nós construído, ver abaixo, dessa vez relativo a distribuição espacial da rede bancária [física] na cidade do Rio de Janeiro [IPP: 2000]. Por esse mapa, pode-se, comparativamente, perceber em relação aos mapas anteriores, uma forte correlação da distribuição da malha de agências de bancos por bairros da cidade, os níveis mais elevados de *status*-social e a utilização da Internet. Ou seja, os bancos podem estar logrando uma diminuição de custos pelo aumento das transações *on line*, porém o teto dessa redução, bem como a ampliação de mercado com serviços personalizados e voltados para àqueles que querem evitar ir fisicamente as agências é consideravelmente limitado, pois não se expandem em relação a malha física existente.

Entretanto, considerando que os dois bancos citados acima atuam fortemente dentro de estratégias massificadoras, com características varejistas, o acesso pode se tornar um obstáculo crítico para a expansão da cultura de *internet banking* no país, bem como de outros serviços privados em geral. No Brasil, o custo de um computador, seus acessórios, mais o acesso, pode custar mais de mil dólares no Brasil – um terço da renda média anual [de US$ 4,2 mil] dos brasileiros. Isso sem considerar o acesso a telefonia, o custo



de provedores e, sobretudo, a capacidade cognitiva de utilizar a Internet, decorrente, entre outros, do acesso a uma educação formal.

Ou seja, ainda que existam estimativas de que o acesso à Internet no Brasil triplicará nos próximos cinco anos, os bancos brevemente se depararão com um teto rígido caso não encontrem novas estratégias de lidar com esses limitadores. Sendo que, efetivamente, o exercício da responsabilidade social das empresas é de uma racionalidade estrita no sentido de, em algum momento, perceber que tais instrumentos deverão, por meio do Estado, serem universalizados, e concorrerem para isso, seja pela pressão sobre o Estado, ou ainda, pela ação mais direta, identificando áreas-chave e ampliando o número de caixas eletrônicos ou mesmo investindo socialmente em escolas e programas alternativos de capacitação e acesso à rede.

Conclusão

Ressalta-se aqui a necessidade da própria economia em concorrer para uma abertura à segmentos mais amplos da sociedade, no que tange ao acesso aos novos meios eletrônicos, em função da própria capacidade de desenvolvimento de negócios. Entretanto, os limites atualmente existentes à expansão dos negócios pela Internet, são, sobretudo, de provimento de acesso físico a rede. Ou seja, as novas tecnologias de informação e telecomunicações comprimiram a distância e o tempo lógico, com isso potencializando os negócios dentro de uma nova perspectiva de competitividade, personalização de relações comerciais e redução de custos.

Assim, uma nova ambiência se constitui progressivamente, como uma Ágora digital, gerando na sua virtualidade e interatividade possibilidades infinitas de contatos, estudos e negócios, e, entre outros, aproximando consumidores e provedores de serviços. Porém, essa virtualidade não se forma como um plano à parte, mas sim associada ao plano físico e, portanto, influenciando relações sociais e econômicas e sendo por elas influenciado. Dessa forma, tal como diversos bens públicos, o acesso ao mundo digital pode ser considerado ainda um bem escasso e, portanto, limitador em seu estágio atual tanto para o exercício da cidadania quanto a expansão de negócios nessa esfera.

Dessa forma, a esfera privada deveria desenvolver ações que observem a oportunidade digital como um elemento fundamental ao desenvolvimento com justiça, mas também como vetor de eficiência e fator de competitividade nos negócios. Os governos têm dessa forma um papel impor-

tante no equacionamento desses problemas, mas os serviços privados igualmente o têm, da mesma forma que, digamos, ambos tiveram em articular investimentos em telefonia pública, ou estradas e linhas férreas de transporte. Ressaltamos que ao perceber esse problema e atuar na direção de acelerar esse processo de provimento, dentro da expectativa racional de ampliar o referido teto de usuários de serviços *on line*, a esfera privada corresponde também a uma exigência advinda de uma nova postura de negócios, não menos importante, referente a sua responsabilidade social. ■

Notas

1 Aqui considerado como a alocação espacial preferencial de recursos condicionada pelo *status*-social e político de populações de uma área geográfica determinada.

2 Gostaria de agradecer a Ângela Britto da Cunha - Mestranda da ENCE - pelo apoio no uso dos *softwares* de georeferenciamento e edição.

3 O índice de *status*-social aqui utilizado foi desenvolvido pela Fundação Oswaldo Cruz, tendo por base diversos indicadores oriundos do Censo, como educação, saúde etc., além de outros referentes a investimentos municipais.

4 Essa *proxy* foi estabelecida com parâmetros da pesquisa C@dê de 1999/2000, de onde se extraiu o CEP [ZIP code] dos participantes no Rio de Janeiro para georeferenciamento.

Bibliografia

Perfil Econômico dos Bairros do Rio de Janeiro, IPP, (2000).

Report on Impact of the Emerging Information Society on the Policy Development Process and Democratic Quality, OCDE, (1999).

State of the Cities Report, Habitat, (2000).

Castells, M. (1997): *The Raise of the Network Society*, Vol. 1, 2 e 3, Blackwell.

Norris, P. (2001): *Digital Divide*, Cambridge.

Ruediger, M. A. (2000): *Tocquevellian Effects on Public Policy in the Global City*, IPSA.

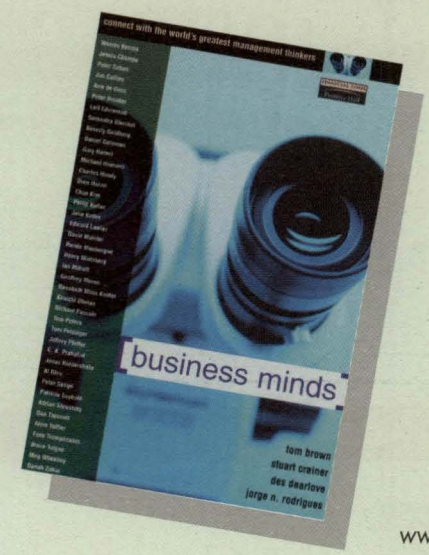
Ruediger, M. A. (2002): *Governo Eletrônico e Democracia - Uma Análise Preliminar dos Impactos e Potencialidades na Gestão Pública*, Mimeo.

Business Minds

40 entrevistas a autores de gestão

Uma iniciativa janelanaweb.com e Suntop Media editada pela Prentice-Hall

Os quarenta gurus de management mais conhecidos abordam os principais temas com impacto na gestão do futuro.
Entrevistas realizadas por uma equipa internacional de quatro jornalistas.



Pode ser encomendado directamente na www.janelanaweb.com