

INCLUSÃO DIGITAL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DE UM PROJETO NA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE

Rafaela SILVESTRE¹

Ronaldo MANCINI²

RESUMO: Este artigo é resultante de um estudo exploratório e descritivo objetivando entender e analisar um projeto desenvolvido pelas Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente-SP intitulado inclusão digital. Sendo assim, o referido estudo foi composto de levantamento teórico no sentido de se entender as implicações geradas pelas inovações tecnológicas, inclusive aquelas relacionadas à exclusão digital, e também do levantamento de dados do tipo secundários junto a EJT (Empresa Junior Toledo – pertencente a Toledo de Presidente Prudente) visando buscar um entendimento no que tange as ações de gestão ocorridas no projeto e, ao mesmo tempo, traçar um perfil e levantar os valores esperados dos indivíduos beneficiados.

Palavras-chave: Inovações tecnológicas. Exclusão digital. Inclusão digital. Perspectivas e valores esperados.

1 INTRODUÇÃO

É notório que nos dias atuais, as sociedades ditas desenvolvidas vivem especificamente momentos ímpares intitulados de revolução da informação. Revolução que ocorre de forma globalizada e tendo como pano de fundo as novas tecnologias digitais elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática.

Lévy (1993, p.7) explica que:

As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência dependem, na verdade, de metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escritas, leitura, visão, audição,

¹ Discente do 4º termo do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.silvestre_rafaela@hotmail.com Bolsista do Programa de Inclusão Digital.

² Docente dos cursos de Administração e Ciências Contábeis das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Álvares Penteado (UNIFECAP) mancini@unitoledo.br

criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada.

O autor ainda acrescenta que para o cenário vivenciado não é possível conceber a pesquisa científica sem uma aparelhagem complexa que redistribui as antigas divisões entre experiência e teoria, ou seja, é preciso cada vez mais se utilizar de um instrumental tecnológico de ponta em função dos avanços desejados.

O impacto revolucionário citado anteriormente atinge de forma robusta um tipo de comércio, o eletrônico. Para Cabral e Yoneyama (2001), o comércio eletrônico vem sendo o responsável direto por este impacto revolucionário, ou seja, com a evolução rápida da internet, surgem efetivamente canais opcionais de distribuição de bens e serviços, fazendo surgir novas modalidades de empregos, inclusive aqueles pertencentes à área administrativa.

Neste sentido, a internet está provocando mutações significativas no ambiente econômico e nas estratégias mercadológicas de um modo geral, principalmente no que tange aos serviços e seus fluxos; na segmentação de mercado e no próprio comportamento do consumidor; nos mercados ligados ao trabalho e de emprego. Mais do que isso, exerce um impacto significativo nas relações sociais, administrativas e políticas. Portanto, o ambiente eletrônico vem produzindo de forma ostensiva uma série de impactos em diversas atividades no setor de vendas, financiamentos, seguros, desenvolvimento cooperativo de projetos, transporte, logística de distribuição, contabilidade, no setor público, enfim nos diversos segmentos ligados a atividade humana.

No mesmo sentido, Lovelock e Wright (2007), entendem que as novas tecnologias estão modificando de forma radical o modo operante pela quais muitas organizações de serviços negociam com seus clientes. Os autores concordam que o fator mais significativo de mutação procede da integração entre computadores e telecomunicações.

Direcionando a análise contextual para própria sociedade brasileira, estudos realizados pela FGV (2003) indicam que esta foi literalmente invadida por uma onda expansionista da internet, provocando sérias alterações comportamentais e culturais. Tais alterações são claramente evidenciadas tanto em indivíduos como

também nos modos operantes estratégicos de empresas, instituições voltadas ao ensino, entre outras.

Porém, não se pode deixar de considerar que as novas exigências também trazem no seu bojo uma dose expressiva de desigualdade. Quando se fala em desigualdade é possível a identificação de várias em diferentes setores e níveis, tais como: saúde, educação, habitação etc.

Neste sentido, surge uma necessidade latente de se buscar alternativas de desenvolvimento econômico e ao mesmo tempo de inserções das comunidades marginalizadas pelos processos ditos globais. Um tipo expressivo de inserção, que é o objeto central do trabalho em questão, é a digital. Para Câmara (2005) as políticas de inserção digital surgem basicamente em diversos países como iniciativas de assegurar desenvolvimento sustentável e ao mesmo tempo combate à pobreza na redução das desigualdades no planeta. Mas, uma questão precisa ser entendida de forma didática: qual o significado do termo inclusão digital?

Segundo Sasaki (2006), a inclusão digital é uma forma encontrada para alavancar democratização de acesso às tecnologias da informação. Uma inclusão digital não pode ser entendida apenas para promover conhecimentos linguísticos do mundo digital, mas também, para dar suporte técnico e um domínio significativo ferramental computacional no sentido de melhorar a qualidade de vida dos indivíduos. Três são os tipos de instrumentação básica para a promoção de inclusão digital: computador, acesso à rede e o domínio e utilização dessas ferramentas. E ainda, inclusão digital significa a simplificação de rotinas diárias, maximização do tempo e as suas potencialidades.

Avaliando especificamente o que ocorre no Brasil, o relatório FGV (2003, p.14) destaca que:

A alta desigualdade, nossa principal chaga, cria demanda por essas políticas ditas sociais. Entretanto, talvez devido à nossa histórica instabilidade, poderíamos ter avançado mais na implementação de políticas estruturais de um reforço do estoque de riqueza dos pobres. O resultado é uma política social cujos efeitos são em larga medida

transitórios. O problema das políticas sociais brasileiras não é carência de recursos, mas na qualidade das ações sociais.

No entanto, apesar de todos os problemas citados, vários projetos de inclusão digital podem ser encontrados por todo o Brasil. A Wikipédia (2009) cita alguns projetos em destaque:

- Telecentros: mantidos e criados pela Prefeitura de São Paulo atuando em todas as regiões da Cidade de São Paulo (158 unidades), oferecendo cursos básicos e avançados de informática. Também oferece acesso livre à Internet.
- Programa ACESSA São Paulo (premiado internacionalmente), tem aproximadamente 400 postos de atendimento em todo o Estado de São Paulo.
- Programa Sinergia Digital: criado e mantido pela PUC do Rio Grande do Sul. Atende crianças, adolescentes e adultos (incluindo terceira idade). As aulas são realizadas no mesmo laboratório de informática que atende alunos de graduação e pós-graduação da Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia da PUCRS.
- No Estado do Espírito Santo: existem 69 postos pelo programa de inclusão digital, mantidos pelas prefeituras em todo o Estado.
- NAVEGAPARÁ: programa mantido pelo Governo do Estado do Pará, contando com cinco projetos (Metrobel, Infovias, Cidades Digitais, Infocentro e Telecentros de Negócios).

Diante do contexto apresentado, o objetivo principal deste artigo é de analisar o projeto de inclusão digital para adultos, desenvolvido pelas Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente-SP, procurando identificar como são planejadas as ações do projeto, o perfil e as perspectivas dos participantes.

Para tanto, optou-se por uma metodologia de cunho exploratório descritivo em função de dados secundários, fornecidos pela Empresa Junior Toledo e adaptados pelos autores diante dos objetivos propostos.

Para Mattar (2001), a pesquisa exploratória é utilizada basicamente para proporcionar uma maior familiaridade e ao mesmo tempo elevar o conhecimento e compreensão de um dado problema de pesquisa.

No que diz respeito à pesquisa de cunho descritivo, Gil (1996) entende que são amplamente utilizadas na busca de descrições das características de determinados fenômenos.

Com a declaração do objetivo principal e da metodologia escolhida, seguem as descrições dos resultados da pesquisa e respectivas análises.

2 RESULTADOS E ANÁLISES

Com base no estudo envolvendo dados secundários ofertados pela EJT (2009) sobre os participantes adultos do projeto de inclusão digital Toledo, foi possível traçar de forma sintética e resumida algumas particularidades que merecem destaque em aspectos específicos.

A primeira consideração relevante diz respeito ao planejamento das ações desenvolvidas pela instituição de ensino.

Segundo o Projeto Pedagógico do curso de Administração (2008), o projeto de inclusão digital é uma proposta da IES (Toledo de Presidente Prudente) para oferecer capacitação na área de informática às pessoas e baixa renda, através de parcerias com entidades sociais da cidade de Presidente Prudente. Os cursos envolvidos nas atividades: Direito, Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Serviço Social.

A Inclusão Digital tem por objetivo oferecer aos alunos um curso básico de informática que os capacite para o mercado de trabalho, onde saberão utilizar os aplicativos de informática para resolver problemas relacionados ao ambiente empresarial. Os extensionistas são alunos dos cursos de graduação das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente, tendo uma carga

horária de 08 horas semanais, sendo 04 horas de atividades aos sábados, 01 hora para planejamento da aula, 01 hora para reunião de acompanhamento com coordenador e 02 horas para produção científica (artigo).

A segunda consideração relevante diz respeito ao perfil dos participantes (adultos) do projeto de inclusão digital promovido pela Toledo de Presidente Prudente. Foi levantado um total de 81 participantes adultos com idade média de aproximadamente 50 anos.

Apresenta-se, na tabela 1, o levantamento estatístico sobre o sexo dos participantes do projeto.

Tabela 1 – Sexo dos participantes adultos do projeto

	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
Masculino	21	26
Feminino	60	74
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

Diante da análise realizada na Tabela 1, constatou-se que 74% pertencem ao sexo feminino e 26% pertencem ao sexo masculino.

Na tabela 2, abaixo, foi feito um levantamento estatístico sobre a variável “tipo de moradia” que cada participante possui.

Tabela 2 – Moradia dos participantes adultos do projeto

	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
Própria	47	58
Alugada	26	32
Cedida	7	9

Outros	1	1
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

Analisando a Tabela 2, constataram-se duas concentrações significativas: 58% (casa própria) e 32% (casa alugada), totalizando 90% dos participantes.

Apresenta-se, na Tabela 3, um levantamento estatístico envolvendo a variável “renda individual” dos participantes do projeto. A tabela foi construída em intervalos de classe, com amplitude de classe de R\$ 500,00.

Tabela 3 – Renda (em Reais) dos participantes adultos do projeto

R\$	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
0 500	29	36
500 1000	18	22
1000 1500	13	16
1500 2000	9	11
2000 2500	7	9
2500 3000	1	1
3000 ou mais	4	5
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

A partir da análise dos dados apresentados na tabela 3, foi possível observar que:

A classe modal (maior frequência absoluta) é a primeira, ou seja, aquela que apresenta intervalo de 0 tendendo a R\$ 500,00, totalizando 36% dos participantes. Outras classes que merecem um destaque especial: segunda classe com 22% dos participantes e a terceira classe com 16% dos participantes. As três primeiras classes juntas somam 74% dos participantes, ou seja, aqueles que ganham entre 0 e R\$ 1500,00.

A Tabela 4 apresenta um levantamento estatístico envolvendo a variável “renda per capita” familiar dos participantes do projeto. A tabela foi construída em intervalos de classe com amplitude de classe de R\$100,00.

Tabela 4 – Renda per capita declarada pelos participantes do projeto

R\$	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
0 100	35	44
100 200	2	2
200 300	15	19
300 400	5	6
400 500	6	7
500 600	2	2
600 ou mais	10	12
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

Analisando a Tabela 4, foi possível observar que:

A classe modal (classe de maior frequência) é a primeira, ou seja, aquela que apresenta um intervalo de 0 tendendo a R\$ 100,00, totalizando 44% dos respondentes. Outros destaques: terceira classe (de R\$ 200,00 tendendo a R\$ 300,00), totalizando 19% dos entrevistados e a sétima classe (R\$ 600,00 ou mais), totalizando 12% dos entrevistados.

A Tabela 5, por sua vez, apresenta uma estatística abordando de que forma os participantes tomaram conhecimento sobre o projeto de inclusão digital Toledo.

Tabela 5 – Informação sobre o projeto

MEIOS	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
Jornal	29	36
Indicação (amigo, vizinho ou familiar)	21	26
Televisão	14	17
Rádio	11	14
Site Toledo	3	4
Faculdade Toledo	2	2
Estudante Toledo	1	1
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

A partir dos dados apresentados na Tabela 5, pode-se constatar que 36% dos participantes ficaram sabendo sobre o projeto através de jornal, 26%

receberam indicação (amigo, vizinho ou familiar), 17% através da televisão, 14% rádio, 4% através do site Toledo e apenas 1% obteve informações por parte de alunos da própria Toledo.

Destaque para os quesitos: jornal, indicação de terceiros, televisão e rádio, totalizando 93%.

Outra questão que foi abordada diz respeito aos bens de consumo que os participantes efetivamente possuem. São eles:

- Geladeira: 100% dos respondentes.
- Fogão: 99% dos respondentes.
- Televisão: 96% dos respondentes.
- DVD: 80% dos respondentes.
- Aparelho de som: 69% dos respondentes.
- Telefone: 59% dos respondentes.
- Carro: 51% dos respondentes.
- Moto: 23% dos respondentes.
- Freezer: 26% dos respondentes.
- **Computador: 52% dos respondentes.**

Analisando os dados ofertados, destaca-se que 52% dos participantes do projeto são proprietários de computadores, porém, necessitam de conhecimento técnico de informática para uma utilização mais otimizada em relação à máquina.

A terceira consideração relevante diz respeito às expectativas esperadas pelos participantes do projeto.

A Tabela 6, abaixo, mostra uma estatística dos principais envolvendo os principais valores esperados eleitos pelos participantes do projeto.

Tabela 6 – Expectativas em relação ao projeto

EXPECTATIVAS	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	%
Adquirir experiência	29	36
Conseguir melhor emprego	21	26
Melhorar o currículo	14	17
Conhecimento/Aperfeiçoamento	11	14
Crescer profissionalmente	3	4
Atualização	2	2
Capacitação para o mercado de trabalho	1	1
Oportunidade de comunicação com parentes	1	1
Total	81	100

Fonte: EJT (2009) – Dados adaptados pelos autores.

Analisando a Tabela 6, constata-se que 36% dos participantes do projeto afirmam que adquirir experiência com o ferramental da informática é o mais importante, 26% pensam conseguir melhor emprego, 17% melhorar de forma significativa seus respectivos currículos, 14% agregar conhecimento na área e informática, 4% crescer profissionalmente (melhor posição dentro da empresa que trabalha), 1% pretende adquirir melhor capacitação para o mercado de trabalho e apenas 1% obter conhecimento para poder se comunicar com parentes (a internet como veículo de comunicação).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo realizado com dados secundários associados ao projeto realizado pela Toledo de Presidente Prudente e, juntamente com uma base teórica consistente, foi possível verificar que o objeto central da inclusão digital é representa um conjunto de processos de comunicação e ao mesmo tempo a distribuição de conhecimentos ferramentais ligados aos avanços tecnológicos, principalmente no que diz respeito à internet.

Neste sentido, a inclusão digital torna-se um procedimento altamente democrático para uma dada população, promovendo: melhorias nas relações do trabalho, maior conhecimento técnico aplicativo, um contato maior com o mundo digital e, por fim, uma tentativa maior de distribuição de renda.

Com a tabulação e análise dos dados secundários coletados (projeto Toledo de inclusão digital), algumas considerações serão apresentadas a seguir em ordem de importância para o estudo, com o intuito de verificação dos objetivos propostos.

Sendo assim, constatou-se que:

- O projeto de inclusão digital promovido pela Toledo de Presidente Prudente pertence a uma linha de extensão universitária, contando com parcerias significativas.
- Os participantes adultos do projeto pertencem a um patamar razoável no tange ao consumo de bens.
- Os participantes do projeto estão atentos em relação às informações ofertadas pelas mídias (jornal, televisão e rádio).
- Os participantes do projeto esperam com os conhecimentos adquiridos através do o projeto: melhoria de conhecimento e aperfeiçoamento digital, conseguir melhores empregos e maior capacitação profissional.

Por fim, recomenda-se para futuros trabalhos:

- Um estudo para avaliar no final de 2009 o grau de desistência dos participantes do projeto de inclusão digital, levantando os principais fatores de evasão.

- Uma pesquisa de campo envolvendo pessoas que concluíram o projeto de inclusão digital no sentido de verificar reais melhorias em suas vidas, tanto no aspecto pessoal como também profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CABRAL, A. S.; YONEYAMA, Takashi. **Economia Digital: Uma Perspectiva Estratégica para Negócios**. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

CÂMARA, M. A. **Telecentros como Instrumento de Inclusão Digital: Perspectiva Comparada em Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Minas Gerais (Escola da Ciência da Informação – Belo Horizonte), 2005.

FACULDADES INTEGRADAS “ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. **Projeto Pedagógico do curso de Administração**. 2008 – Presidente Prudente, 2008, 324p.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV-RJ): **Mapa da Exclusão Digital**. Rio de Janeiro: FGV/IBRE. 2003. 143p.

GIL, A. C. **Projetos de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1993.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. **Marketing de Serviços: Pessoas, Tecnologia e Resultados**. 5.ed. São Paulo: Editora Pearson, 2007.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de Marketing**. 3.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

SASSAKI, r.k. **Inclusão Digital: Construindo uma Sociedade para Todos**. 7.ed. Rio de Janeiro: Editora WVA, 2006.

WIKIPÉDIA – A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Inclusão Digital**. Disponível em:
http://pt.wikipedia.org/wiki/inclus%C3%A3o_digital Acesso em: 12 jul.2009.