

Indicadores de Penetração e Uso da Internet por Empreendimentos da Economia Solidária

Indicators of Penetration and Internet use by Solidarity Economy

Reuber da Silva Fonseca²⁴
Lucília Regina de Souza Machado

Artigo recebido em para publicação em nov/2012 e aceito para publicação em mai/2013

Resumo

Este artigo relata os resultados de uma investigação motivada pela falta de conhecimentos disponíveis sobre como os empreendimentos da economia solidária utilizam os meios eletrônicos para compartilhar saberes e tecnologias sociais, mobilizar recursos e se comunicar com os membros do movimento. Desta forma, este artigo tem como objetivo conhecer e analisar as formas de uso da Internet por empreendimentos econômicos solidários de Belo Horizonte (MG). Dada a natureza do objeto, foi necessário se beneficiar das abordagens metodológicas qualitativa e quantitativa. O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário. Concluiu-se a partir da amostra estudada, que foi intencional e cobriu doze agrupamentos, que na economia solidária do setor de vestuário de Belo Horizonte encontram-se avaliações favoráveis à inclusão digital, mas que tal posicionamento não significa pleno uso da Internet podendo ser esse classificado como embrionário, ou numa linguagem de Internet, de Web 1.0.

Palavras-chave: Economia solidária. Cultura digital. Internet. Cooperativismo. Autogestão.

Abstract

This article reports the results of an investigation prompted by the lack of available knowledge about the developments of solidarity economic using electronic means to share knowledge and social technologies, mobilize resources and communicate with members of the movement. Therefore, this article aims to understand and analyze the central forms of Internet use by solidarity economic organizations from Belo Horizonte (MG). Given the nature of the object, it was necessary to take advantage of two methodological approaches to qualitative and quantitative. The data collection instrument used in this study was a questionnaire. It was concluded from the study sample, which was intentional and covered twelve groups, which in the solidarity economy in the clothing sector in Belo Horizonte are favorable ratings to digital inclusion, but that such an approach does not mean full use of the Internet that can be classified as embryonal, or a language of the Internet, Web 1.0.

Keyword: Solidarity economy. Digital culture. Internet. Cooperatives. Self-management.

Introdução

A emergência das tecnologias de comunicação e informação (TICs) e a disseminação da cultura derivada de sua utilização, a cultura digital²⁵, originariamente representada pela Internet, trouxeram expectativas de

²⁴ **Reuber da Silva Fonseca:** Professor da Pós-graduação do Centro Universitário UNA. Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local pelo Centro Universitário UNA; Rua Guajajaras, 175 – 5º andar – Belo Horizonte - (31) 3508-9134; reuber@ig.com.br.

Lucília Regina de Souza Machado: Coordenadora do Mestrado em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local do Centro Universitário UNA; Rua Guajajaras, 175 – 5º andar – Belo Horizonte - (31) 3508-9134; lsmachado@uai.com.br.

²⁵ Cultura digital é um conceito novo, não consolidado e seu sentido está em disputa. Nesta pesquisa, esse termo representa a idéia de que a revolução das TICs é, essencialmente, cultural. Isso significa dizer que a apropriação plena das TICs criaria possibilidades reais de democratizar os acessos à informação e maximizaria os benefícios potenciais dos bens e serviços nelas apoiados. O

que pudessem promover mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais, extensivas para a sociedade como um todo.

Atualmente, pode-se dizer que é consensual a avaliação da rede mundial de computadores como importante instrumento de produção, distribuição e uso de conteúdos digitais. Costuma-se, também, dizer que a apropriação e a objetivação de conhecimentos passaram a ser atividades adjacentes, essenciais à vida social contemporânea.

A Internet vem a cada dia servindo às mudanças no mundo do trabalho, nas comunicações interpessoais e nos processos educacionais formais e informais, contribuindo para reconfigurações nas relações sociais, nos sistemas políticos, nos sistemas de valores e nas subjetividades, pois é, hoje, um dos principais meios de acesso à informação e de socialização das criações imateriais.

A grande rede de computadores e a interatividade que esta proporciona têm sido um dos instrumentos fundamentais para as grandes alterações em curso no mundo do trabalho. Imagens, conceitos, ideias, percepções diversificadas e formas flexíveis de interação cultural e social desafiam o *modus operandi* do capitalismo taylorista fordista, modelo de organização da produção centrado em rotinas de trabalho fortemente fragmentadas, especializadas e empobrecidas de saberes.

Logo, cresce o interesse por verificar o alcance social dessas novas possibilidades tecnológicas para a incorporação de novos sujeitos sociais como participantes ativos da dinâmica da produção, distribuição e consumo de informações, conhecimentos e saberes. Este artigo trata desta questão e tem sua atenção dedicada aos empreendimentos autogestionários da economia solidária, a qual tem buscado estimular a formação de redes de organização de mercados, compartilhar saberes e tecnologias sociais²⁶, mobilizar e se comunicar com seus membros por intermédio dos recursos eletrônicos. Portanto, busca saber se empreendimentos de economia solidária (EES) têm realmente se utilizado da Internet e sob que formas.

Este estudo buscou se beneficiar da contribuição das abordagens metodológicas qualitativa e quantitativa visando obter um entendimento amplo e exploratório do problema que o motivou. Busca, assim, ir ao encontro da tendência, que se observa no mundo acadêmico, de construir conhecimentos rompendo com a dicotomia estabelecida entre a concepção positivista, temerosa das contaminações das análises dos fatos sociais por valores subjetivos, e a abordagem interpretativa, que valoriza o resgate da relação sujeito e objeto.

A população, que serviu de referência, compreendeu os EES de Belo Horizonte cadastrados na plataforma eletrônica Cirandas²⁷. Outro banco de dados consultado foi o do Centro Público de Economia Solidária – BH.

Como este estudo não pretendeu avançar em aprofundamento e abrangência por ter caráter exploratório, foi definida uma amostra intencional, que atendesse aos propósitos de examinar o problema no seguinte contexto: EES sediados em Belo Horizonte, do setor de produção têxtil e confecção, cadastrados no Atlas da Economia Solidária. Como conceito operacional de EES, utilizou-se o da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), definido em função do cumprimento das seguintes características: a) organizações coletivas e suprafamiliares; b) autogestionárias; c) permanentes (não são práticas eventuais); d) que podem dispor ou não de registro legal, prevalecendo a existência real ou a vida regular da organização; e e) que realizam atividades econômicas principais de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito, de comercialização e de consumo solidário. Essa amostra se compôs de doze EES do ramo de vestuários e acessórios do setor de produção têxtil e confecção de Belo Horizonte (MG).

O instrumento de coleta de dados utilizado nesse estudo foi um questionário construído com base no trabalho de Abrantes e Piètte (ABRANTES, 2002) e em adaptações pertinentes ao objeto de estudo e ao público-alvo desta pesquisa. Ele foi composto por questões, em sua grande maioria, fechadas e com opções de respostas no formato da escala Likert de 1-5. Estas abrangeram três categorias temáticas: representações, uso e apropriação da Internet. O preenchimento desse questionário foi feito presencialmente pelos informantes e após conhecimento e aprovação por eles do Termo de Consentimento Informado. Estes foram selecionados pelo critério de antiguidade, ou seja, pelo

conceito incorpora práticas de uso integral de tecnologia digital, mas também o uso concomitante de tecnologia digital com outras de outra natureza.

²⁶ Tecnologia Social “compreende produtos, técnicas e/ou metodologias reaplicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade e que represente efetivas soluções de transformação social” (RTS, 2010).

²⁷ Disponível para acesso no endereço eletrônico < <http://cirandas.net/>>.

tempo que se dedicam à ação coletiva produtiva. Os dados revelam que todos os informantes participaram da fundação dos EESs selecionados. Cada empreendimento respondeu um único questionário e as respostas foram dadas considerando-se as relações com a Internet pelo empreendimento, concebido, portanto, como o usuário.

O tratamento das informações obtidas passou por análises, interpretações e seleção dos elementos considerados relevantes para responder as questões desta investigação. Os dados quantitativos foram objeto de procedimentos estatísticos descritivos e de apresentação gráfica. Como suporte técnico utilizou-se, basicamente, o *software Excel for Windows*. Neste artigo, são apresentados apenas resultados referentes a uma das categorias que nortearam a pesquisa: o uso da Internet.

A expansão da economia solidária no Brasil e sua organização em rede

No Brasil, a Economia Solidária revela-se em franca expansão haja vista o engajamento, revelado em inúmeros encontros, de organizações assim autoidentificadas e de origem dos diversos quadrantes do país.

Segundo a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) do Ministério do Trabalho e Emprego, além do Fórum Brasileiro de Economia Solidária, existiam, em 2009, 27 fóruns estaduais dos quais participavam milhares de empreendimentos, entidades de apoio e redes de gestores públicos de economia solidária em todo o território brasileiro (SENAES, 2009).

É um verdadeiro movimento social, organizado em redes de trabalhadores e trabalhadoras que colaboram na construção de novas relações econômicas e sociais pautadas por princípios éticopolíticos que se afastam do paradigma capitalista, que se fundamenta na separação entre o trabalho e a propriedade dos meios de produção e na acumulação privada de riqueza e capital.

O capital da empresa solidária é possuído pelos que nela trabalham e apenas por eles. Trabalho e capital estão fundidos porque todos os que trabalham são proprietários da empresa e não há proprietários que não trabalhem na empresa. E a propriedade da empresa é dividida por igual entre todos os trabalhadores, para que todos tenham o mesmo poder de decisão sobre ela. Empresas solidárias são, em geral, administradas por sócios eleitos para a função e que se pautam pelas diretrizes aprovadas em assembleias gerais ou, quando a empresa é grande demais, em conselhos de delegados eleitos por todos os trabalhadores (SINGER, 2002, p.81).

Um dos objetivos deste esforço é conjugar as potencialidades de produção, venda e consumo, a troca livre e solidária de saberes e informações, a busca de soluções por meio de ações locais, o aumento dos espaços de discussão e ação coletiva e o fortalecimento recíproco na luta contra a exclusão e a marginalização.

Nesse sentido, compreende-se por economia solidária o conjunto de atividades econômicas e sociais de produção de bens e serviços, comércio justo, consumo solidário, poupança e crédito solidário organizado sob a forma de cooperativas de produção, crédito, habitação, seguro saúde, educacionais; além de clubes de troca; associações comunitárias de crédito e banco do povo, bem como, empresas autogestionárias, redes de cooperação, entre outras. Sendo que somente as organizações que praticam a autogestão, podem ser consideradas como empreendimento solidário.

Considerando essa abordagem, a economia solidária possui as seguintes características: a) cooperação; b) autogestão; c) dimensão econômica; d) dimensão social.

a) Cooperação;

Resguarda a existência de interesses e objetivos comuns, a união dos esforços e capacidades, a propriedade coletiva de bens, a partilha dos resultados e a responsabilidade solidária (MTE, 2010).

b) Autogestão;

Estabelece e assegura o controle direto dos meios de produção pelos produtores auto-organizados. Os cooperados e/ou associados das organizações exercem atividade participativa de autogestão dos processos de trabalho, das definições estratégicas e operacionais dos empreendimentos, da direção e coordenação das ações nos seus diversos graus e interesses etc. “Os apoios externos, de

assistência técnica e gerencial, de capacitação e assessoria, não devem substituir nem impedir o protagonismo dos verdadeiros sujeitos da ação” (MTE, 2010).

c) Dimensão econômica;

É uma das bases de motivação da agregação de esforços e recursos pessoais e de outras organizações para fabricação, beneficiamento, comercialização, consumo e crédito. Envolve o conjunto de elementos de viabilidade econômica, permeados por critérios de eficácia e efetividade, ao lado dos aspectos culturais, ambientais e sociais (MTE, 2010).

d) Dimensão social;

Expressa-se na justa distribuição dos resultados alcançados; na equidade de oportunidades que levam ao desenvolvimento de capacidades e da melhoria das condições de vida dos participantes; nas relações que se estabelecem com a comunidade local; na participação ativa nos processos de desenvolvimento sustentável de base territorial, regional e nacional; no compromisso com um meio ambiente saudável; nas relações com os outros movimentos sociais e populares de caráter emancipatório; na preocupação com o bem-estar dos trabalhadores e consumidores; e no respeito aos direitos dos trabalhadores e trabalhadoras (MTE, 2010).

A internet no Brasil

O início²⁸ da Internet, no Brasil, data de 1988. As conexões inicialmente foram feitas pelo setor acadêmico e a situação permaneceu assim até meados de 1994, quando a Internet ultrapassou as fronteiras acadêmicas e começou a chegar ao conhecimento dos usuários domésticos e empresas. Contudo, seu grande ribombar, no país, aconteceu ao longo do ano de 1996. Desde então, a Internet brasileira vem crescendo vertiginosamente, tanto em número de usuários, quanto de provedores e de serviços prestados por meio da rede (GUIZZO, 1999).

Em 2009, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBOPE) apontou um crescimento de 8,2% de usuários e, ao todo, 67,5 milhões de brasileiros foram considerados digitalmente incluídos, acessando a *web* regularmente de casa, do trabalho, da escola, de *lan houses* ou de bibliotecas (IBOPE, 2009).

A presença de empreendimentos econômicos na rede remonta ao início das atividades da Internet no país e são vários os usos e experiências com sucesso de apoio aos negócios. Ao romper barreiras geográficas e temporais, a Internet possibilita aos empregados, gestores, fornecedores, revendedores e clientes a troca de dados e informações, a tomada de decisões com base em conhecimento de forma extremamente mais ágil, favorecendo a criação de uma nova cultura digital no contexto das empresas.

O acesso à rede e aos seus benefícios fundamenta-se, não exclusivamente, na existência de equipamentos (*hardwares*) e programas (*softwares*), que ofereçam a configuração mínima necessária à conexão.

Além do computador é necessário o serviço de provedores de Internet, responsáveis pela conexão dos equipamentos à grande rede. Essa conexão pode ser gratuita (ou com preços relativamente baixos), como se processa em grande parte nos serviços de acesso discado. Contudo, estes serviços apresentam algumas limitações, como a dependência de infraestrutura de telefonia fixa (e os custos envolvidos com a sua assinatura) e a limitada velocidade de transmissão (*download* e *upload*) de até 56 Kbps (Kilobytes por segundo), considerada muito baixa para desfrutar os serviços da Web 2.0²⁹.

²⁸ A Internet no Brasil iniciou-se em setembro de 1988 quando no Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), localizado no Rio de Janeiro, conseguiu-se acessar a Bitnet, por meio de uma conexão de 9 600 bits por segundo estabelecida com a Universidade de Maryland (GUIZZO, 1999).

²⁹ Conceito adotado para caracterizar a segunda fase da Internet, tendo como plataforma a Web. Fase reconhecidamente interativa de geração de comunidades, serviços e aplicativos baseados em redes sociais, conteúdos abertos, computação em nuvem, tag's, entre outros.

Por outro lado, a conexão de banda larga³⁰ possibilita, ao máximo, ver conteúdos de vídeos, música e imagens; utilizar serviços de VoIP³¹; compartilhar arquivos etc. O acesso a serviços de conexão rápida pode ser oferecido em diferentes tecnologias, entre elas: por meio de *modem* ADSL, cabo, ondas de radiofrequência – utilizando-se antenas ou por redes de telefonia celular 3G.

Porém, no Brasil, país com dimensões continentais, a banda larga ainda não alcançou todo o território nacional. Com a finalidade de superar lacunas do mercado e de acesso, o Governo Federal lançou o Plano Nacional de Banda Larga do Brasil (PNBL), que propõe levar Internet de até 1 Mbps a preços acessíveis a 50% dos domicílios urbanos brasileiros até 2014. O plano ainda está em fase de elaboração, pois muito se discute em torno de sua implementação.

É possível supor que a conexão dos EES, em banda larga, poderá tornar-se uma realidade mais frequente quando o PNBL for implementado no país, gerando a possibilidade da universalização do acesso e do aumento da velocidade do fluxo das informações, que se estabelecem na atualidade. Possibilitaria, ainda, o uso mais intensivo e diversificado de aplicativos e sistemas, singulares e essenciais ao aumento da inovação e produtividade.

Caracterização do setor e da amostra

Conforme já foi dito, para a realização deste estudo foi definida uma amostra intencional de doze empreendimentos do ramo de vestuários e acessórios do segmento da produção têxtil e confecção, sediados em Belo Horizonte e cadastrados no Atlas da Economia Solidária (2010).

A tabulação dos dados dos questionários revelou que as mulheres representam a maioria absoluta dos associados ou cooperados dos EES deste setor. A pesquisa revelou, ainda, que o número destes varia entre quatro e, aproximadamente, 50 trabalhadores. No caso da amostra estudada, os doze EES abrangem um coletivo em torno de 164 cooperados/associados. Acrescenta-se, ainda, a participação nestes empreendimentos de um número não computado de “trabalhadores ocasionais”, pois em conversas informais, durante a aplicação do questionário, alguns associados revelaram que os companheiros, filhas e filhas os ajudam, ocasionalmente, em tarefas tais como: transporte de pessoal, logística de mercadorias e pesquisa na Internet.

A feira parece ser o principal canal de distribuição dos produtos, tendo sido citada por todos os EES consultados. Além da feira, a venda por meio de lojas próprias e a atuação em clubes de compra e troca foram citadas pelo grupo de empreendimentos da amostra estudada como veículos de distribuição, ainda que em reduzido número.

Embora a intenção da pesquisa fosse de se ater ao setor de produção têxtil e confecção, os dados mostraram que é alta a diversidade que compõe o *mix* de produtos dos EES pesquisados. Dentre os principais constam: brinquedos pedagógicos, bolsas, toalhas de mesa, aventais, carteiras, garrafas de água, sacolas ecológicas, *banners*, saias, pinturas em tecido, tapetes, barbantes, sapatos, porta-bijuterias, almofadas, bate mãos³², panos de prato, porta-pães, etc.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT, 2008), o setor têxtil e de confecção nacional compreende mais de 30 mil empresas e gera 1,65 milhões de empregos em toda a sua extensa cadeia produtiva.

A extensão territorial, a variedade cultural, o uso de tecnologias socialmente difundidas e a inexistência de predeterminação da escala de produção permitem que cada região brasileira atue de modo diferenciado, inovando nos meios de produção e no tratamento dos materiais utilizados.

Sejam empresas de micro e pequeno porte, pequenas cooperativas ou grandes corporações, o segmento é de importância estratégica para o desenvolvimento do país. A indústria do vestuário tem como principais características apresentar baixas barreiras de entrada, ser intensiva em força de trabalho, por sua vez caracterizada pelo predomínio do sexo feminino, “... destacando-se também as mulheres como proprietárias, estilistas e gerentes” (ANDRADE, 2002, p. 1).

A cultura do uso de tecnologias tradicionalmente difundidas entre o gênero feminino pode ser um dos fatores que explicam a predominância das mulheres no setor do vestuário. Características culturais

³⁰ O Brasil ainda não tem uma regulamentação que indique qual é a velocidade mínima para uma conexão ser considerada de banda larga. Neste artigo, foram considerados nessa categoria os serviços de acesso que disponibilizam uma conexão que possua velocidade superior à velocidade padrão dos *modems* atualmente utilizados (56 kbps - kilobytes por segundo).

³¹ Voz sobre IP (*Voice over Internet Protocol*), telefonia IP, telefonia Internet, telefonia em banda larga, voz sobre banda larga.

³² Toalhas de mão de uso exclusivo no ambiente da cozinha

subjacentes ao desenvolvimento de habilidades, práticas e gostos pela moda podem ser apontadas como fatores da predominância feminina neste setor.

A roupa e os acessórios, produtos da indústria do vestuário, se caracterizam pela sazonalidade das tendências de modelos, fato típico do campo da moda, determinado por fatores diversos de ordem temporal, cultural, geográfica e mercadológica. Segundo Andrade, “A dualidade da roupa, enquanto bem econômico e simbólico, congrega informações de diversas áreas, como econômica, gerencial, do campo da moda e do contexto sócio-cultural” (ANDRADE, 2002, p. 40).

Essas contingências se fazem presentes desde a concepção da ideia, à produção e distribuição dos produtos para os clientes. Cabe, assim, conjecturar sobre o interesse dos EEs na utilização da Internet considerando seu potencial e significado na divulgação das tendências, eventos e produtos pertinentes a essa modalidade de economia.

Formas de utilização da Internet por empreendimentos econômicos solidários

Para realizar esta pesquisa partiu-se do entendimento de que as formas concretas de utilização da Internet pelos Empreendimentos Econômicos Solidários poderiam contemplar todas as atividades, com qualquer duração, que fossem destinadas a empregar, praticar, explorar, se servir, usar a Internet como meio, instrumento ou procedimento visando torná-la útil ao EES.

Para a análise das informações obtidas referentes a esta questão foi utilizado o *Ranking* Médio para escalas de Likert, técnica de mensuração do grau de concordância ou discordância dos entrevistados em face a cada pergunta, aqui denominada *Ranking* Médio das Atividades (RM-AT). Buscou-se obter o RM-AT relacionando a pontuação atribuída a cada tipo de resposta com a frequência obtida em cada uma delas. A escala atribuída às atividades exercidas de utilização da Internet pelos EES ficou assim definida: -2: Nunca; -1: Raramente; 0: Ocasionalmente; 1: Frequentemente ; 2: Muito Frequentemente. Isso significa que os valores menores que “0” indicaram “Atividade rara” ou “Nenhuma” e, maiores, “Atividade frequente” ou “Muito freqüente”. O valor “0” correspondeu a “Atividade ocasional”.

Os dados revelam que a data que sela o primeiro uso da Internet pelos EES pesquisados ultrapassa o período de um ano, sendo que a maioria respondeu utilizar a Internet há mais de dois anos.

Contudo, o acesso à Internet pelos EES é recente, sua presença na rede ainda é débil e pouco compartilham dos benefícios da cultura digital, o que estimula investigar as possíveis barreiras que estariam dificultando a entrada desses segmentos sociais neste ambiente.

A maioria dos participantes da pesquisa realizada utilizou a Internet pela primeira vez nas próprias instalações dos EES, sinalizando que esses empreendimentos possuem computador próprio para apoiar seus associados e cooperados em suas atividades. O ascendente declínio dos preços dos equipamentos (*hardwares*) e programas (*softwares*), na última década, tem, de fato, permitido maior acessibilidade digital de famílias, micros e pequenas empresas (MPE), e como se constata, de empreendimentos econômicos solidários.

O governo federal manteve nos últimos anos uma política fiscal de redução das alíquotas de importação de computadores e componentes, e desonerou o setor com o objetivo de provocar a queda dos preços e incentivar a produção nacional. Concomitantemente, o crescimento do mercado de crédito contribuiu para o acesso a esse bem. É comum a venda de computadores, no varejo, em 12, 18 e 24 parcelas – ainda que os juros praticados sejam altos.

Contudo, constatou-se que não há programa, projeto ou ação pública governamental que tenha foco específico no beneficiamento da aquisição de TICs pelos empreendimentos da economia solidária. Consequentemente, estes estão à mercê da oferta do mercado, que atualmente os atraem com preços e condições favoráveis, mas que podem se retrair ao menor suspiro de incerteza nas condições macroeconômicas.

Talvez por falta de estímulo à aquisição destes equipamentos, no caso específico dos EES pesquisados, verificou-se que a infraestrutura informacional destes é pequena, constituída por um ou dois equipamentos com ligação à Internet. Esse baixo número não deve ser visto, a princípio, como empecilho ao uso da Internet, visto que, os EES pesquisados são de micro porte e o número de equipamentos (maior ou menor) não representa um bom indicador de qualidade de uso ou apropriação do espaço cibernético - no sentido de uma interlocução virtual e intensiva com o mercado e sociedade.

Todavia, o acesso à rede fundamenta-se, embora não exclusivamente, na existência de equipamentos (*hardwares*) e programas (*softwares*), que ofereçam a configuração mínima necessária à conexão.

A tabulação dos questionários revelou que a maioria dos EES pesquisados utiliza serviços de conexão rápida (banda larga), indicando possuírem condições de acesso a vários aplicativos e sistemas populares na Internet. Dados de uma pesquisa recente revelam que o número de assinaturas de Internet banda larga, no final de 2009 era de 10,4 milhões de acordo com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea) e o Comitê Gestor da Internet (CGI) (IPEA, 2009).

O tempo que passam conectados à Internet indica qual a importância desta nas relações dos EES com o mercado e sociedade. A pesquisa revelou que o tempo médio de conexão nos dias de semana, ou seja, nos dias úteis ou produtivos, encontra-se entre uma e duas horas por dia, sendo que um tempo mais largo (entre duas e cinco horas) foi relatado por alguns EES.

Esses dados sugerem que o uso da Internet não é tão intensivo nos dias de semana, servindo, possivelmente, a tarefas mais específicas e pontuais, confirmando os resultados advindos do *Ranking* Médio de frequência das atividades exercidas na rede.

Quando se compara esse tempo médio de navegação com o padrão brasileiro³³, em ambientes doméstico e residencial, verificam-se semelhanças. Isso revela que os EES apresentam um comportamento de uso, no quesito tempo médio de navegação, que se aproxima ao encontrado dentre os internautas domésticos e residenciais. Contudo, ainda que faltem indicadores específicos, especula-se que empreendimentos econômicos conectados à grande rede apresentam um tempo muito superior de navegação. Seria isso fonte de vantagens competitivas para esses empreendimentos da iniciativa privada?

A frequência de uso da Internet, medida em períodos de meses, quinzenas, semanas e dias, soma-se ao tempo de conexão. A maior parte dos EES apresenta uma frequência diária de conexão, ainda que tenham sido relatadas frequências mais dispersas, como as semanais. Esses dados relacionam-se com um dos aspectos da qualidade de informação, conhecida como atualidade.

A atualidade é a qualidade que confere novidade à informação, que afasta o risco da obsolescência, de tornar-se “notícia velha” ou pouco útil ao tomador de decisão. Portanto, aquele que mantém uma frequência diária de conexão à rede estaria recebendo informações mais atuais, potencialmente mais úteis às tomadas de decisão por diminuir o risco da obsolescência. Utilizando-se deste discernimento, conclui-se que seria mais útil aos EES acessarem, menos horas, diariamente, a longas horas de conexão, em um único dia da semana.

O hábito de retornar a *sites* já visitados indica favoritismo e/ou fidelização à fonte de conteúdo. Alguns endereços eletrônicos possuem grande audiência na Internet e podem ser classificados pelo conteúdo que apresentam. Os EES ao serem consultados sobre a frequência com que retornam a *sites* manifestaram fazê-lo ocasionalmente, ou ainda, raramente. Esse dado apresenta relação com o que se apurou no RM de frequência de atividades exercidas na rede, onde se verifica que a atividade mais frequente é a pesquisa em *sites* de busca. Esses se distinguem por apresentarem listas diferentes de resultados aos argumentos introduzidos na pesquisa (palavras-chave). Essa lista variável diminui a possibilidade desses empreendimentos elegerem *sites* como favoritos e dificulta as ações de fidelização desses. Contudo, esse comportamento indica uma fidelização aos *sites* de busca, ainda que eles, normalmente, não produzam conteúdos próprios.

Quando solicitados a opinar sobre a frequência com que imprimem as páginas que consultam na Internet, a maioria dos EES respondeu fazê-lo frequentemente, ainda que alguns outros relatem raramente imprimir as páginas. A consciência ambiental vem aumentando, admiravelmente, nas últimas décadas e esse movimento também tem seu reflexo no comportamento de uso da Internet. A facilidade proporcionada pelos computadores traz uma pressão sobre o meio ambiente na forma de impressões não responsáveis.

Uma das características da sociedade em rede é a ampla adoção do formato digital. O aumento e a evolução dos conteúdos digitais certamente foi um fator de suma importância para o crescimento da transmissão de grande volume de informação de forma rápida, confiável e com conforto para os usuários. O formato digital representa-se na imaterialidade de seu conteúdo, liberto do suporte material ou midiático que distingue as tradicionais mídias. Diante das amplas possibilidades de transferência,

³³ Desde que o indicador foi criado, o Brasil sempre obteve altas marcas, estando constantemente na liderança mundial. Segundo o Ibope Nielsen Online, o país (com média de 48 horas e 26 minutos por internauta, em julho de 2009) ficou à frente dos Estados Unidos (42 horas e 19 minutos), Reino Unido (36 horas e 30 minutos), França (33 horas e 22 minutos), Japão (31 horas e 55 minutos), Espanha (31 horas e 45 minutos), Alemanha (30 horas e 25 minutos), Itália (28 horas e 15 minutos) e Austrália (23 horas e 45 minutos). O tempo sobe para 71h30m se for considerado o uso de aplicativos e sistemas *on-line* (comunicadores instantâneos, tocadores de música, programas de *download* e de VoIP, entre outros) (CARPANEZ, 2009).

armazenamento e visualização de conteúdos digitais, a manutenção de conteúdos textuais, em formato digital, evita impressões que não sejam indispensáveis e se constitui como ação sustentável, que vem crescendo entre os internautas.

Portanto, o hábito de imprimir as páginas, identificado na pesquisa, deve levar a questionamentos se os EES estão conscientes das questões relacionadas à sustentabilidade? Ou seria essa uma prática necessária para a comunicação com os associados, dado o reduzido número de equipamentos nos EES e a pouca cultura digital da maioria? Ou ainda, seria uma forma de relutância à adoção de novos comportamentos, como, por exemplo, a leitura na tela do computador?

A Internet caracteriza-se como uma rede global que conecta povos, culturas, mercados, de todos os continentes. Uma rede onde se estabelecem relações, muitas das quais por meio da língua escrita³⁴.

Os dados da pesquisa junto aos EES revelam que esses não acessam conteúdo em outras línguas. O desconhecimento de outros idiomas pode explicar tal comportamento, mas não deveria representar uma barreira real para que os EES acessassem conteúdos textuais em *sites* noutras línguas. Já existem na Internet aplicativos e sistemas gratuitos³⁵ que permitem a tradução, em tempo real, de todo o conteúdo de um *site*.

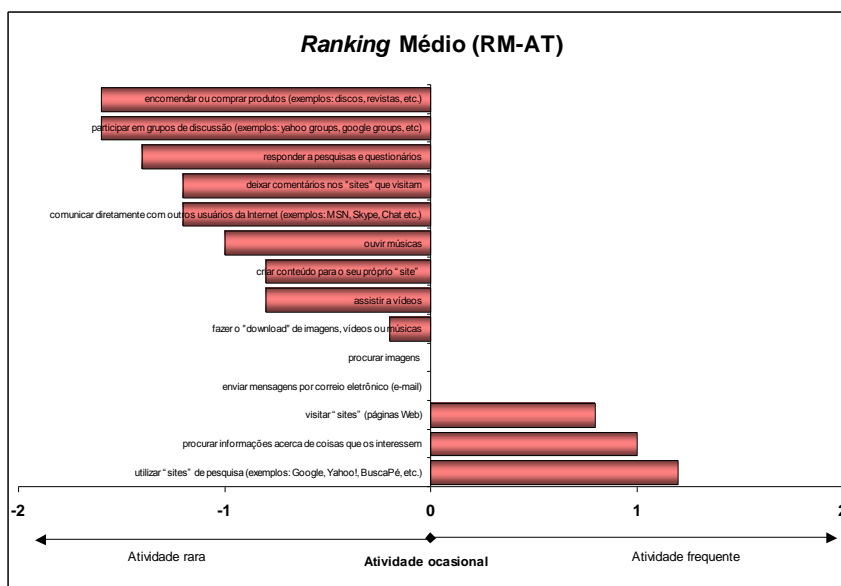


Figura 1 – Diagrama de Pareto das atividades exercidas na Internet pelos EES, construída pelo Ranking Médio (RM)
FONTE: Elaboração própria com dados da pesquisa.

O Ranking Médio das Atividades, apresentado na Figura 1, oferece visões demarcadas da natureza das atividades exercidas na Internet pelos EES. Verifica-se que a despeito da maioria possuir conexão rápida à Internet, o seu uso por eles se caracteriza, ainda, como básico ou embrionário. Constatou-se que 64,28% dos EES pesquisados se encontram na faixa dos que possuem atividade rara ($0 > \text{RM-AT} > -2$). Já na faixa que se caracteriza pelo uso mais intensivo encontram-se atividades, tais como: procura de informações de maior interesse ($\text{RM-AT} = +1,0$); uso de *sites* de busca ($\text{RM-AT} = +1,2$) e visita a páginas Web ($\text{RM-AT} = +0,8$).

O uso de mensagens eletrônicas atingiu o RM-AT igual a 0,0. Surpreendentemente, representa, dentre os EES pesquisados, atividade ocasional, assim como a procura por imagens. Esse dado revela mais uma surpresa, visto que o correio eletrônico constitui-se num serviço amplamente utilizado tanto por internautas, quanto por empresas para comunicarem-se com seus funcionários, fornecedores, clientes, entre outros. Por outro lado, o uso de imagens pode ser muito útil ao ramo de vestuários e acessórios, segmento do setor de produção têxtil e confecção, ao qual pertencem os EES investigados.

³⁴ Segundo indica a página web *Internet World Users By Language* (Iwubl), o idioma português está em quinto lugar (77.6 milhões de usuários) na lista de idiomas mais presentes na Internet. Está atrás do inglês que representa 499.2 milhões de usuários, do chinês (407.7 milhões), do espanhol (139.8 milhões) e do japonês (96 milhões). De 2000 a 2009, os *sites* em português cresceram 923.9 % (INTERNET WORLD STATS, 2010).

³⁵ É o caso do Worldlingo, do Google Tradutor, e de tantos outros.

Outra contradição percebida: a atividade de compra pela mediação da rede apareceu como o uso mais raro (RM-AT = -1,6). Sabe-se que a função compra em empreendimentos econômicos assume um papel transacional intenso, podendo ser fonte de vantagens competitivas, pois a escolha certa dos insumos e fornecedores repercute no preço final do produto ou serviço a ser ofertado. A Internet permite acesso rápido e direto aos fornecedores de bens e serviços, facilitando a atividade de identificação e seleção destes, assim como a obtenção de vantagens financeiras nas transações por meio da rede.

Percebe-se também o raro uso dos aplicativos de comunicação instantânea (RM-AT = -1,2), divergindo da frequência observada em usuários domésticos e residenciais. Os aplicativos de mensagem instantânea são utilizados³⁶, amplamente, também, em empreendimentos econômicos, sendo classificados como sistemas colaborativos, ou seja, aqueles que permitem a interação entre indivíduos e grupos, para realizar trabalhos interdependentes.

Conclusões

Os EES teriam supostamente motivos para aderirem ao novo paradigma cultural porque a economia solidária estimula uma mudança de cultura em favor de comportamentos gregários, da formação de redes e se insere em um mercado competitivo. Contudo, verifica-se a partir da amostra estudada (seleção intencional de doze cooperativas), que, na economia solidária do ramo de vestuários e acessórios do setor de produção têxtil e confecção de Belo Horizonte, encontram-se avaliações favoráveis à inclusão digital, mas que tal posicionamento não significa pleno uso da Internet podendo ser esse classificado como embrionário, ou numa linguagem de Internet, de Web 1.0.

Os dados obtidos e apresentados comprovam que não é a carência material (de equipamentos e conexão) que impede o uso da Internet pelo EES. A realidade tem mostrado que nem sempre o acesso de pessoas ou grupos às TICs possibilita efetiva mudança cultural, pois esta implica a adoção de hábitos, atitudes e comportamentos de novo tipo.

Esta pesquisa, de natureza exploratória, revelou que essas questões precisam ser mais problematizadas e estudadas. Neste sentido, propõe que outras investigações sobre o tema sejam realizadas e que considerem a possibilidade de verificação das seguintes hipóteses:

1) Relação custo x benefício

A organização autogestionária pressupõe um equilíbrio das forças de trabalho entre aqueles que participam das atividades econômicas. Logo, alguns trabalhadores reagem negativamente à investida da cultura digital, uma vez que isto pressupõe uma mobilização de tempo e trabalho cujo retorno não está muito claro aos participantes desta modalidade de economia.

2) Conflitos na concepção de trabalho: o trabalho intangível (intelectual) x tangível (produtivo-operacional)

A inserção na cultura digital introduz novas tarefas, rotinas e processos. Alguns desses intangíveis, de difícil mensuração, como por exemplo, a função da pesquisa. Isso poderia ser alvo de críticas por aqueles que comungam de uma cultura tradicional, que contabilizam os ganhos somente na produção tangível, isto é, na quantidade de produtos produzidos. Assim evita-se o uso e a apropriação da Internet porque este grupo pode ser estigmatizado como preguiçoso e acusado de não compartilhar dos esforços coletivos da produção.

3) A instabilidade dos laços econômicos na modalidade solidária

A Economia Solidária vista pelo viés da complementação da renda, portanto, como uma atividade periférica, "um bico", implica em vínculos trabalhistas instáveis e uma preferência por capacitações cujos

³⁶ Um estudo realizado pela Universidade Estadual de Ohio em colaboração com a Universidade da Califórnia mostra que usar mensagens instantâneas não diminui a produtividade dos funcionários, como alguns céticos defendem. Segundo os pesquisadores, ao contrário, os usuários de ferramentas de mensagem instantânea (ou MI, na sigla) não se distraem tão facilmente quanto aqueles que não utilizam o serviço e acabam por substituir o uso de outras tecnologias como telefone e *e-mail*, oferecendo uma alternativa mais rápida e barata de comunicação (TERRA, 2008).

retornos sejam imediatos. Esse cenário favorece um comportamento reativo frente à necessidade de mudança de hábitos e desenvolvimento de novas competências e habilidades que a cultura digital pressupõe.

4) Economia Solidária não estimula a competitividade

O discurso teórico corrente explica o surgimento das TICs e defende a sua apropriação devido à lógica da competitividade. Contudo, a economia solidária pressupõe formas alternativas de organização e se fundamenta na ética da solidariedade. A competitividade cede o lugar à mútua cooperação, à solidariedade, ao amor. Uma economia pautada nesta premissa não carece fazer uso das TICs para aumentar a produtividade, a inovação e a competitividade.

5) A sociabilidade afetuosa das feiras

Muitas das resistências se depositam na durabilidade da cultura da feira como um patrimônio social. A feira como expressão visível do mercado em rede, das trocas tácitas, do calor humano. A feira como tecnologia de organização de mercados, socialmente difundida na Economia solidária, onde os EES constroem relações de sociabilidade mais afetuosas, que aquelas mediadas pelas TICs.

6) A auto-imagem e a proatividade

A crença das pessoas em seu potencial para benefício próprio, de terceiros e de tudo ao seu redor representa a proatividade. Os trabalhadores da economia solidária apresentam uma auto-imagem negativa, um sentimento de baixa auto-eficácia. As pessoas que assim se consideram têm maior dificuldade para empreender ações de inserção na cultura digital porque se sentem incapazes de se apropriar da Internet para solucionar seus problemas.

7) Questões de gênero e tecnologia

A ciência e tecnologia foram, por muito tempo, vistas como atividades masculinas. As relações de gênero, permeadas pelas relações de poder levaram à definição de profissões que seriam atribuídas às mulheres. O uso de tecnologias socialmente difundidas entre as mulheres, no setor de vestuário, pode explicar a desconfiança dessas no uso de tecnologias avançadas na dimensão do trabalho. Isso porque, por vezes, essas tecnologias replicam as relações de poder e substituem as relações humanizadas que essas dispõem no setor.

8) Grau de escolaridade e o nível de analfabetismo

O grau de escolaridade dos associados/cooperados pode influenciar nas decisões e comportamento de uso da internet pelas EES. Logo, eles teriam maior dificuldade para empreender e se apropriar da Internet para solucionar seus problemas.

9) Conhecimentos e saberes necessários aos EES

A economia solidária tem buscado estimular a formação de redes de organização de mercados, compartilhar saberes e tecnologias sociais. Deste modo, é necessário avançar no tipo de conhecimento e saber que um estabelecimento da economia solidária teria necessidade para se apropriar da Internet.

A população estudada é rica de conhecimentos (opiniões, valores e atitudes), os quais, contudo, podem se constituir, muitas vezes, em barreiras à adoção de novas tecnologias.

Sugere-se que as políticas dirigidas ao incentivo da economia solidária contemplem programas e projetos de letramento digital, para que os sujeitos da economia solidária possam tomar consciência das potencialidades das TICs e direcionar seu curso de desenvolvimento e apropriação de modo que essas tecnologias se transformem em soluções a favor da democratização e do fortalecimento da economia solidária na sua relação com o mercado e com a sociedade.

Referências

ABIT. Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Apresenta dados gerais do setor têxtil.** Disponível em <<http://www.cedro.ind.br/br/downloads/investidores/ABIT2008.pdf>>. Acesso em: 22 dez. 2009.

ABRANTES, J. C. (Coord). **Os jovens e a Internet: representação, utilização, apropriação.** Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abrantese-jose-carlos-jovens-Internet.html>. Acesso em: 05 jul. 2009.

ANDRADE, M. E. A.. A informação e o campo das micro e pequenas indústrias da moda em Minas Gerais: a entrada no campo da indústria da moda. **Perspectiva em Ciência da Informação.** v.7, n.1, p.39-48, jan/jun. 2002.

CARPANEZ, J.. **Internet brasileira cresce 10% e chega a 36,4 milhões de usuários.** *Caderno de Tecnologia do G1.* Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1274233-6174,00.html>>. Acesso em: 20 ago. 2009.

GUIZZO, E. M.. **Internet: O que é, o que oferece, como conectar-se.** São Paulo: Editora Ática, 1999.

IBOPE. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **67,5 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil.** Disponível em < <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/67,5%20milh%C3%B5es%20de%20pessoas%20t%C3%AAm%20acesso%20%C3%A0%20internet%20no%20Brasil.aspx>>. Acesso em: 04 abr. 2010.

INTERNET WORLD STATS. **Internet World Users By Language.** Disponível em: <<http://www.Internetworldstats.com/stats7.htm>>. Acesso em: 03 abr. 2010.

IPEA. Revista Fator (SP): **Banda larga: no final do primeiro trimestre de 2009, o Brasil contava com 10,4 milhões de assinantes.** Disponível em <http://desafios.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=11296>. Acesso em: 12 ago. 2009.

MTE. Ministério do Trabalho e Emprego. **O que é Economia Solidária.** Disponível em <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_oque.asp> Acesso em: 11 mai. 2010.

RTS. Rede de Tecnologia Social. **Tecnologia Social – Conceito.** Disponível em <<http://www.rts.org.br/rts/tecnologia-social/tecnologia-social>> Acesso em: 18 mai. 2010.

SENAES. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Acontece SNAES.** <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/Acontece_SENAES_2_ed.pdf> Acesso em: 01 abr. 2009.

SINGER, P. I.. **Introdução à Economia Solidária.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

TERRA, Portal (Ed.). **Mensagens instantâneas são benéficas no trabalho, diz estudo.** *Caderno de Tecnologia.* Disponível em <<http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI2932183-EI4802,00-Mensagens+instantaneas+sao+beneficas+no+trabalho+diz+estudo.html>>. Acesso em: 06 jun. 2009.