

**TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: O
COMÉRCIO ELETRÔNICO NA PROMOÇÃO DO COMÉRCIO JUSTO
INFORMATION TECHNOLOGY AND DEVELOPMENT LOCATION:
ELECTRONIC COMMERCE ON THE PROMOTION OF FAIR TRADE**

Luiz Cláudio Santos, Karina Rocha
Universidade Federal de Goiás, Brasil
luizc.21@gmail.com, karinarg@eee.ufg.br

Resumo

O acesso às novas tecnologias e a disseminação das que já estão sendo aplicadas tornou-se condição fundamental para a promoção do desenvolvimento. A informação passou a ser um ativo de extrema importância nessa nova sociedade que chamamos de sociedade do conhecimento. Dessa forma, entende-se que o incentivo a implantação de ferramentas de tecnologia da informação pode colaborar no fortalecimento do capital social de comunidades de baixa renda, e assim, alavancar processos de dinamização dos fluxos econômicos de um território. Esse estudo busca realizar uma breve revisão bibliográfica acerca da difusão e o incremento da Tecnologia da Informação e seus desdobramentos em iniciativas de desenvolvimento local. Serão discutidas ainda, formas de como tornar essa tendência acessível ao pequeno produtor por meio da proposta de um empreendimento de e-commerce para promover o escoamento de produtos oriundos do extrativismo agroecológico do bioma Cerrado goiano sob a ótica do comércio justo.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação; Desenvolvimento Local; E-commerce.

Abstract

Access to new technologies and the spread of which are already being applied has become an essential condition for the promotion of development. The information has become an extremely important asset in this new society we call the knowledge society. Thus, it is understood that encouraging the deployment of information technology tools can assist in strengthening social capital in low-income communities, and thus leverage dynamic processes of economic flows of a territory. This study aims to conduct a brief

review about the diffusion and growth in Information Technology and its development in local development initiatives. Will be discussed further ways of how to make this trend accessible to small farmers through the proposal of an enterprise e-commerce to promote the flow of products from the extraction of agroecological Goias Cerrado from the perspective of the trade fair.

Keywords: Information Technology; Local Development, E-commerce.

1. Introdução

Segundo Wertheim (2000), dificilmente alguém discordaria de que a sociedade da informação é o principal traço característico do debate público sobre desenvolvimento, seja em nível local ou global, neste alvorecer do século XXI. Das propostas políticas procedentes dos países industrializados e das discussões acadêmicas, a expressão “sociedade da informação” transformou-se rapidamente em jargão nos meios de comunicação, alcançando, de forma conceitualmente imprecisa, o universo vocabular do cidadão.

Do ponto de vista econômico, o processo que norteou o surgimento dessa sociedade em si é interessante, pois fomos gradualmente passando da visão do capital físico acumulado – que ainda ocupa papel central em *O Capital*, de Marx – para a compreensão do papel maior do capital financeiro, evoluindo para a recente tomada de consciência do capital natural, que estamos esgotando no planeta, até chegarmos à compreensão mais ampla de capital humano, que se tornou quase crucial com os avanços tecnológicos (GUEVARA, 2000).

Contudo, de acordo com Guevara (2000), em termos gerais, é consenso entre analistas que a realização desse novo paradigma se dá em ritmo e atinge níveis dispares nas várias sociedades. Sendo assim, junto com o jargão “sociedade da informação” já se pode estabelecer uma relação entre países e grupos sociais “ricos” e “pobres” em informação. Isso é percebido por conta das desigualdades de renda e desenvolvimento industrial existente entre os diferentes povos que habitam o planeta.

Dessa forma, mesmo com o aumento significativo do uso de Tecnologias da Informação na sociedade atual, a sua utilização ainda continuou restrita às camadas mais superiores da população que normalmente se concentra nos núcleos urbanos. Empresas e pessoas passaram a utilizar a TI para obter vantagem competitiva. Por outro lado, a introdução da TI em processos de desenvolvimento local poderia contribuir de forma extraordinária para o seu êxito. Principalmente no que diz respeito a iniciativas no meio rural, visto que a introdução do aspecto tecnológico contribuiria para atenuar os gargalos socioeconômicos existentes na produção e geração de renda por meio do estímulo a produtividade.

Para que a agricultura familiar também possa usufruir dos benefícios do advento

tecnológico é necessário reunir esforços para que esses instrumentos, de fato, sejam acessíveis às propriedades familiares. Ou seja, apesar do desemprego tecnológico e desqualificação do trabalho, devemos nos concentrar no aprofundamento das transformações do paradigma da informação por meio da reestruturação sistêmica que sustenta toda a conjuntura socioeconômica vigente.

Uma alternativa interessante é incentivar pequenos produtores a investirem na sua produção por meio da promoção do comércio justo. Ele representa o processo de intercâmbio comercial orientado para o reconhecimento e a valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial na qualidade de vida das pessoas, tornando viável a vigência dos direitos humanos e o respeito ao meio ambiente numa perspectiva de desenvolvimento humano, solidário e sustentável.

Trata-se de estabelecer relações entre os produtores e consumidores baseadas na equidade, na associação, confiança, solidariedade e interesse compartilhado; relações que obedeçam a critérios precisos e visem objetivos em diferentes planos: obter condições mais justas para os produtores marginalizados e desenvolver práticas e regras de comércio com o apoio de uma parte dos consumidores.

Como condição básica para a prática do comércio justo e o benefício da agricultura familiar, é necessário estreitar os laços entre produtores e consumidores. Para isso, uma ferramenta tecnológica se torna extremamente útil: o comércio eletrônico ou *e-commerce*.

O comércio eletrônico consiste na integração de tecnologias da internet com processos comerciais (verificação de negociações, produção e distribuição) para facilitar troca de produtos, de serviços, capitais, informações e conhecimento. A estrutura multidisciplinar definida por estas atividades permite que, na cadeia de intermediação, o produtor passe também a vender e a distribuir seus produtos, mantendo relações diretas com o consumidor (B2C) e com outras organizações (B2B).

Dessa forma, esse estudo pretende estabelecer uma relação entre a disseminação da tecnologia da informação e desenvolvimento local. Além de mencionar algumas iniciativas onde a tecnologia foi canalizada para fortalecer o capital social de determinado território, será discutido como o comércio eletrônico pode facilitar a prática do comércio justo, por meio do estreitamento entre produtores e consumidores, e

assim, proporcionar um incremento de renda e desenvolvimento no meio rural. Após isso, será descrita a Central dos Povos do Cerrado, que é um portal que visa facilitar o acesso dos produtores rurais e artesanais do Cerrado do interior do estado de Goiás ao mercado.

2. Tecnologia da Informação e Capital Social

Muitos teriam criticado quem, na década de 70, previsse a obsolescência dos sistemas de computação existentes naquela época em menos de 20 anos. No entanto, foi isso que aconteceu. Segundo Negroponte (2001), a verdade é que, embora conheçamos o mundo dos átomos, desconhecemos o mundo dos bits; não temos uma afinidade “visceral” com os bits, com seu tamanho, forma e cor.

Ainda de acordo com Negroponte (2001), com o passar o tempo, aprendemos pelo menos a perceber esse universo dos bits, essas unidades de informação computadorizada, de forma diferente. Até mesmo no mundo dos negócios. Já não são tantos os executivos que não entendem a transformação que a passagem de átomos para bits representa em sua atividade diária.

Isso mostra que esse processo de acelerado incremento tecnológico é recente e, no que diz respeito às pessoas, o poder da tecnologia está sendo subestimado por aqueles que se dedicam a prever o futuro. O termo Tecnologia da Informação só passou a ser utilizado nos últimos anos, em detrimento do termo Informática, e desde então, seus desdobramentos e inovações estão em constante processo de aprimoramento.

Hoje em dia, a comunicação e a informação tendem a permear as atividades e os processos de decisão nas diferentes esferas da sociedade, incluindo a superestrutura política, os governos federal, estaduais e municipais, a cultura e as artes, a ciência e a tecnologia, a educação em todas as suas instâncias, a saúde, a indústria, as finanças, o comércio e a agricultura, a proteção do meio ambiente, as associações comunitárias, as sociedades profissionais, sindicatos, as manifestações populares, as minorias, as religiões, os esportes, lazer, *hobbies* etc (MIRANDA, 2000).

Com isso, entende-se que a explosão tecnológica que vem envolvendo o mundo influencia praticamente todas as atividades e favorece a circulação e o compartilhamento livre e rápido de informações por diversos meios, principalmente pela Internet (ROSSETI & MORALES, 2007). Segundo Schreiber *et al.* (2002), a

rapidez da evolução nessa área ocorreu em vista da necessidade de tecnologias padronizadas e eficientes na melhoria da qualidade dos processos e de modelos práticos e ágeis.

Na sociedade da informação, estamos fundamentados na capacidade intelectual para gerar riquezas. Passamos a estar todos interligados virtualmente formando verdadeiras redes caracterizadas pelo seu enorme dinamismo. Acredita-se que a formação dessas redes é um pressuposto fundamental para a constituição e fortalecimento do capital social de um determinado território.

O capital social é definido como as normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais. Dessa forma, são dependentes da interação entre, pelo menos, dois indivíduos. Assim, fica evidente a estrutura de redes por trás do conceito de capital social, que passa a ser definido como um recurso da comunidade construído pelas suas redes de relações (MARTELETO & SILVA, 2004).

3. Desenvolvimento local

Buarque (1999) afirma que o desenvolvimento local é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o empreendedorismo, o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local, resultante da mobilização das energias da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas. Para ser um processo consistente e sustentável o desenvolvimento deve elevar as oportunidades sociais, a viabilidade e competitividade da economia local, aumentando a renda e as formas de riqueza, ao mesmo tempo em que assegura a conservação dos recursos naturais.

De acordo com Milani (2003), desenvolvimento local pode ser considerado um conjunto de atividades culturais, econômicas, políticas e sociais, que participam de um projeto de transformação consciente da realidade local. O mesmo autor prossegue explanando que, num projeto de transformação social, há um significativo grau de interdependência entre os diversos segmentos que compõem a sociedade (contextos político, legal, educacional, econômico, ambiental, tecnológico e cultural) e os agentes presentes em diferentes escalas econômicas e políticas (do local ao global).

O desenvolvimento local está associado, normalmente, a iniciativas inovadoras e

mobilizadoras da coletividade, articulando as potencialidades locais nas condições dadas pelo contexto. Como diz Haveri (1996), “as comunidades procuram utilizar suas características específicas e suas qualidades superiores e se especializar nos campos em que têm uma vantagem comparativa com relação às outras regiões”.

4. Comércio Justo

Em linhas gerais, o comércio justo tem sido definido como um conjunto de práticas socioeconômicas alternativas ao comércio nacional e internacional convencional, cujas regras são globalmente injustas e, em particular, para produtores familiares rurais. As práticas do comércio justo e solidário devem estabelecer relações entre produtores e consumidores baseadas na equidade, parceria, confiança e interesses compartilhados, perseguindo os seguintes objetivos: obter condições mais justas para grupos de produtores marginalizados; e fazer evoluir suas práticas e regras com apoio dos consumidores.

O Comércio Justo busca diminuir o número de intermediários entre produtores e consumidores e pagar pelos produtos um preço determinado e estável com o objetivo de melhorar a renda dos produtores bem como desenvolver atitudes socialmente responsáveis por parte das entidades participantes do circuito comercial.

O consumidor deve aceitar pagar um preço “justo” (até relativamente mais alto) por um produto fabricado segundo critérios que incorporem o respeito às normas de trabalho e ao meio ambiente. O produtor deve respeitar o meio ambiente e as normas trabalhistas adequadas, assim como oferecer produtos de qualidade.

Para isso, é necessário divulgar a injustiça das condições das trocas comerciais, e das condições de trabalho dos produtores envolvidos no mercado, para que os consumidores possam adotar atitudes críticas em face destas condições e para que possam contribuir coletivamente a favor de intercâmbios mais justos, que respeitem os direitos básicos dos produtores e consumidores. Surge então, a Internet, como veículo ideal para proporcionar essa cumplicidade entre produtores e consumidores, e assim, contribuir no estabelecimento de mecanismos mais justos nas práticas de mercado.

Castells (2001) acredita “que a internet é um instrumento fundamental para o desenvolvimento do Terceiro Mundo”. E, de fato, enquanto as instituições territoriais tradicionais são mais hierárquicas e rígidas, a internet tende a privilegiar modos de relacionamento transversais e estruturas mais fluidas, em maior sintonia com as

estruturas de redes, que caracterizam os processos sociais e políticos nas sociedades democráticas modernas.

A Central dos Povos do Cerrado, a ser descrita a seguir, é uma iniciativa que busca usar o poder de abrangência da internet para promover o comércio justo e a geração de renda do pequeno produtor rural e artesanal.

5. Central dos Povos do Cerrado

Como mencionado anteriormente, apesar do crescimento considerável dos portais de *e-commerce* e o consumidor se mostrar completamente adaptado com essa modalidade de comércio, há uma carência de *sites* que ofertem produtos regionais. Dessa forma, a Central dos Povos do Cerrado é um portal de comercialização de produtos manufaturados por produtores rurais e artesanais habitantes do Cerrado goiano. O objetivo deste empreendimento é estimular a valorização e o aproveitamento agroecológico do bioma Cerrado por meio da criação de uma plataforma virtual que facilitará o acesso dos produtores ao mercado consumidor, e assim, promover um incremento de renda.

Atualmente o Cerrado, juntamente com a Mata Atlântica, é considerado uma das 34 regiões de maior biodiversidade do planeta, sendo caracterizada como “hotspot” devido ao alto grau de endemismo, sua riqueza biológica e alta pressão antrópica. Os “hotspots” cobrem cerca de 1,4% da superfície do planeta, porém abrigam mais de 60% da diversidade de plantas e animais existentes. A ameaça a diversidade do Cerrado é decorrente de sua localização próxima aos centros industriais e pela elevada taxa de expansão da fronteira agrícola.

Dessa forma, boa parte da população que habita o meio rural desse bioma está em situação de vulnerabilidade e sendo empurrada para os centros urbanos. Com isso, propõe-se o portal Central dos Povos do Cerrado como uma alternativa para que os produtores possam valorizar a riqueza de sua terra produzindo, de forma artesanal, artigos que reproduzam a cultura e a diversidade local.

O comércio eletrônico vem apresentando crescimento extraordinário nos últimos anos. No entanto, nesse crescimento são considerados apenas valores absolutos de volume de vendas. Ou seja, o volume em valores negociados na rede tem crescido exponencialmente, porém, ainda assim, uma parcela muito pequena da população brasileira é adepta ao comércio eletrônico. Isso representa um grande potencial de

pessoas a serem incluídas nesse mercado.

Além disso, existe um grande potencial para o aproveitamento econômico agroecológico dos Frutos do Cerrado. Com a maior intensidade das discussões acerca da valorização do Meio Ambiente, o aproveitamento dos frutos do Cerrado surge como uma alternativa sustentável ao pequeno produtor rural e artesanal que se encontra encurralado pela fronteira agrícola da cana de açúcar, da soja, do milho e da seringueira.

Os frutos do Cerrado, além de serem abundantes na região, representam alto valor nutricional. Suas aplicações na culinária e, até na medicina, são enormes. E ainda, a casca dos frutos, bem como suas folhas, tem grande aplicação na criação artesanal, servindo de importante matéria-prima na produção do artesanato local.

O portal traz a proposta do comércio eletrônico, em franco crescimento no país e no mundo, como forma de estimular o cultivo e a comercialização de produtos que utilizem os Frutos do Cerrado como matéria-prima de produtos produzidos por pequenos produtores rurais e artesanais do norte do estado de Goiás.

A Central dos Povos do Cerrado irá comercializar os seguintes artigos manufaturados por produtores artesanais de comunidades do Cerrado goiano: Compotas e doces (caju, mamão, abóbora, cajamanga, mangaba), polpa de frutas (cagaita, tamarindo, caju, acerola, jabuticaba), Sabonetes e cremes artesanais (araticum, mel, barbatimão, aroeira, mamacadela), Artesanato (buriti, capim dourado, jatobá, bordados), Frutos do Cerrado (pequi, baru, farinha de jatobá).

Com a implementação do portal, é esperado que o produtor possa se apropriar de instrumentos estratégicos de gestão, já que, para ofertar seu produto, ele necessitará passar por um processo que consiste na definição de seu processo de produção, custo e preço de venda. Por meio disso, o produtor rural artesanal tornará explícito seu processo produtivo, que antes era tácito. Com isso será possível identificar gargalos, estabelecer um plano de ação e constituir bases para que ele possa aprimorar sua produção de forma contínua.

Por fim, espera-se que com o portal, o produtor possa incrementar sua renda em até 50%, e assim, proporcionar uma dinamização dos fluxos econômicos com a inserção de pequenos produtores no mercado de forma sustentável tanto no ponto de vista econômico, quanto no social e no ambiental.

6. Considerações finais

A disseminação da Tecnologia da Informação é, de fato, um caminho sem volta. Praticamente tudo relacionado a alguma inovação ou otimização de um processo envolve a utilização da TI. Além disso, a TI proporciona a intensificação das relações de um território, entendido como a expressão de formas localizadas de interação social, ocasionando a formação de redes de cooperação que fortalecem o capital social local. O capital social é a base para a que uma comunidade ou grupo social possa determinar seu processo de desenvolvimento.

Por isso é importante traçar alternativas que torne essa tecnologia acessível a todos. Segundo Abramovay (2003), a vitória sobre a pobreza depende, antes de tudo, do aumento das capacidades produtivas e da inserção dos “desfavorecidos” em mercados dinâmicos e competitivos. Para isso devem ser criados ambientes locais que favoreçam a ampliação dos investimentos produtivos dos produtores rurais e artesanais. A Central dos Povos do Cerrado busca justamente isso. Ou seja, a criação de um portal de *e-commerce* que proporcione para que o pequeno produtor tenha condições de se posicionar no mercado, aprimorar sua produção, incrementar seu produto e gerar renda através de condições justas, que privilegiem o aspecto social, ambiental e econômico, formando assim, condições ideais para o estabelecimento de um processo de desenvolvimento local inclusivo e sustentável.

7. Referências

ABRAMOVAY, R. *Desenvolver os territórios fortalecendo o empreendedorismo de pequeno porte*. 1º Fórum International Território, Desenvolvimento Rural e Democracia. Fortaleza, 2003.

BUARQUE, S. C.. *Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável*. Brasília, Distrito Federal: Projeto de Cooperação Técnica INCRA/IICA, 1999.

CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. *In: A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 1.

CASTELLS, M 2001. *The Internet Galaxy*. Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford : Oxford University Press.

- FRETEL, A. C; SIMONCELLI-BOURQUE, E. O Comércio Justo e o Consumo Ético. Série Economia Solidária. DP&A editora.
- GUEVARA, A. A.. Etica en la Sociedad de la Informacion: reflexiones desde America Latina. In: SEMINARIO INFOETICA, 2000, Rio de Janeiro.
- HAVERI, A.. *Strategy of comparative advantage in local communities*. Oulasvirta, Lasse, 1996.
- MARTELETO, R. M; SILVA, A. B. O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local .Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 3, p.41-49, set./dez. 2004.
- MILANI, C.. *Teorias do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)*. San José, Costa Rica: IV Conferência Regional ISTR-LAC, 2003.
- NEGROPONTE, N. Uma visão sobre o desenvolvimento da tecnologia da informação (TI) e sua influência nos negócios e na sociedade.
- OLIVEIRA, E. M. O. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios. *Revista FAE* Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.
- REZENDE Denis A., ABREU, Aline F. Tecnologia da Informação aplicada a Sistemas de Informações Empresariais. São Paulo: Atlas, 2000.
- ROSSETI, A. G; MORALES, A. B. T. O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento .Ci. Inf., Brasília, v. 36, n. 1, p. 124-135, jan./abr. 2007.
- SCHREIBER, Guus et al. Knowledge engineering and management: the Common KADS methodology. Cambridge/Massachussets: MIT Press 2002. 932 p.
- TIBURCIO, B. A; VALENTE, A. L. E. F. O comércio justo e solidário é alternativa para segmentos populacionais empobrecidos? Estudo de caso em Território Kalunga (GO). RER, Rio de Janeiro, vol. 45, nº 02, p. 497-519, abr/jun 2007 – Impressa em abril 2007.
- WERTHEIN, J. A sociedade da informação e seus desafios . Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000.