

Teologia da inclusão

Por Cid Torquato

Essencialmente, quando falamos em inclusão, falamos em cidadania e conhecimento. Será que é por meio da inclusão digital (seja lá como se der) que vamos conseguir democratizar

rapidamente o acesso à cidadania e ao conhecimento em nossas sociedades?

Até onde a inclusão à internet, on-line e real-time é primordial para o ser humano, ou apenas mais um hype tecnológico, cujos resultados, no “mundo real”, vão sempre ficar aquém do prometido? Como promover a inclusão digital? Como obter resultados mais rápidos e auto-sustentáveis? Qual a participação dos setores público, empresarial, civil, acadêmico e associativo? E, muito importante, quem paga a conta?

A meca dessas discussões é a Cúpula Mundial da Sociedade da Informação, da ONU, que paradoxalmente em sua primeira fase, na Suíça, em dezembro passado, um pequeno legado prático deixou sobre essas questões. Contudo, esse deveria ser o tema central da segunda fase, a Cúpula da Inclusão, na Tunísia, em novembro de 2005.

Para mim, os vetores a serem incentivados estão em governança eletrônica, no ensino de TI nas escolas públicas e na digitalização das micro e pequenas empresas, como já vem sendo pregado por muitos, mas raramente implementado de forma coordenada e integrada que otimize recursos e resultados aqui e no exterior. Hoje, ao contrário, o que vemos em muitos casos é a sobreposição e o desperdício, contribuindo de

alguma forma, claro, mas não na extensão e no ritmo que esforços sinérgicos com certeza produziram.

No Brasil, uma parte significativa do poder de promoção da inclusão digital está concentrada no Estado, no governo federal, e nos bancos e empresas públicas de maior expressão. Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Correios, Sebrae e Petrobrás, em frentes complementares, concentram, hoje, as principais iniciativas de inclusão digital no País. Se adicionados os recursos do FUST, a somatória virtuosa de investimentos no “mercado” da inclusão digital pode ultrapassar os 15 bilhões de reais nos próximos dois anos.

Mas para otimizarmos o sucesso dessas ações é preciso coordená-las no plano público e integrá-las aos projetos já desenvolvidos pela sociedade, inclusive, como a exemplo de outros países, por meio da criação de órgãos, agências especiais, conselhos e até ministérios, dedicados a reunir a inteligência e o poder necessários para a promoção das tecnologias da informação em todos os níveis.

Muitas velas têm sido acesas para a inclusão digital. Estamos precisando começar a comprovar os primeiros grandes milagres da multiplicação.

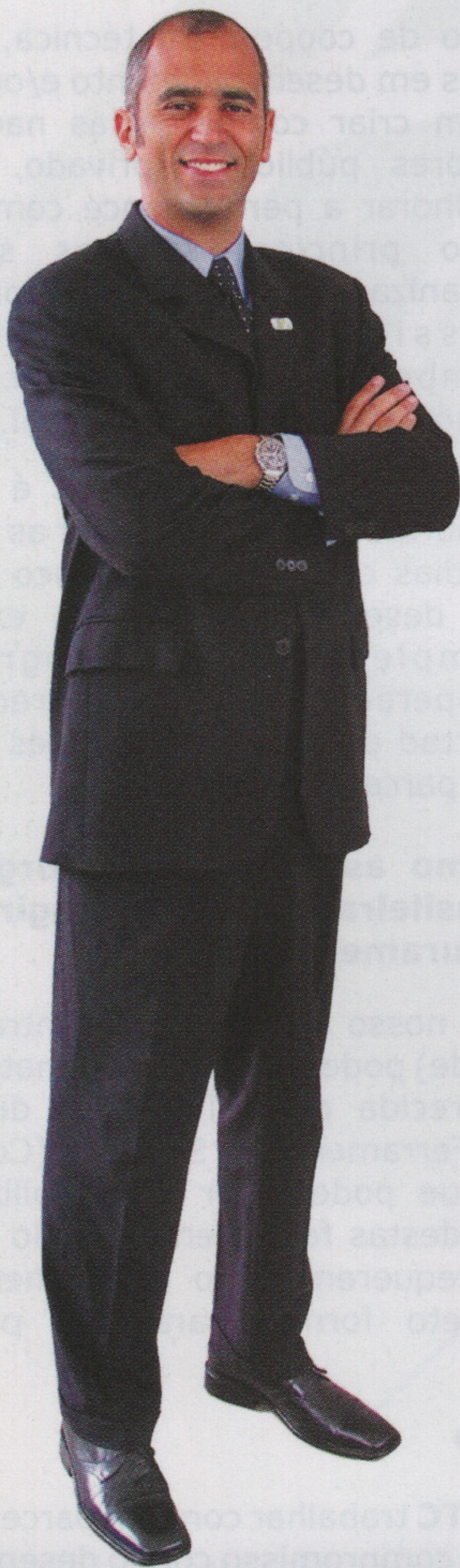


Foto: Eduardo de Souza

Cid Torquato é advogado e diretor-executivo da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico



cid.torquato@camara-e.net