

Brasileiro com mais de 50 anos avança na internet

Número de usuários nessa faixa etária cresce 148% nos últimos cinco anos. No Sudeste, metade usa a web

Fabiana Ribeiro, Clarice Spitz, Rennan Setti e Lino Rodrigues

• RIO e SÃO PAULO. Ainda são os jovens os que mais acessam a internet no Brasil. Mas foram os brasileiros acima de 50 anos que mais ampliaram a participação na rede: o grupo representa 15,2% dos usuários — uma minoria na internet, mas que deu um salto de 148,3% desde 2005. Está no mercado de trabalho a explicação para o avanço da internet entre os mais velhos, diz o IBGE. Em 2009, as pessoas com mais de 50 anos com acesso à web somavam 6,2 milhões; contra 4,4 milhões no ano anterior.

— Muitos deles estão no mercado de trabalho, o que requer cada vez mais a ferramenta — disse Eduardo Nunes, presidente do IBGE.

Mas não só para trabalho a internet tem sido procurada pelos mais velhos. A facilidade de acesso a produtos e serviços também encanta o público dessa faixa etária. É o caso de Antônio Cavalcante, de 73 anos:

— Compro tudo pela internet. Eles entregam tudo direitinho.

Segundo a Pnad, 67,9 milhões de brasileiros têm acesso à internet. Um contingente que mais que duplicou em relação a 2005

(31,9 milhões). Todas as regiões pesquisadas mostraram aumento no da rede. No Sudeste, quase metade da população usava internet (48,1%). Já as regiões Norte e Nordeste concentravam a menor proporção de usuários: 34,3% e 30,2%, respectivamente.

— Houve um salto gigantesco no acesso à internet. E isso é um ativo produtivo — resumiu Marcelo Neri, professor da FGV.

Segundo Maria Lucia Vieira, gerente da Pnad, o barateamento da internet e a alta da renda dos usuários explica a expansão:

— A renda tem impacto direto no consumo de todos os bens.

Mais brasileiros também passaram a falar ao telefone. De 2008 para 2009, mais 2,1 milhões de domicílios passaram a ter algum tipo de telefone. O avanço dos celulares é ainda maior: mais 2,5 milhões de residências possuíam somente o aparelho móvel.

Nos domicílios com acesso à telefonia, o percentual dos que só tinham celular subiu de 16,5% para 41,2% entre 2004 a 2009. Já o número de domicílios que tinham apenas o convencional caiu de 17,5% para 5,8% no mesmo período.

Não importa se as estudantes Isabela Rodrigues e Renata Leal

estão na rua ou no apartamento onde moram, em Copacabana: falar com elas só é possível pelo celular. E elas nem pensam em ter um telefone fixo.

— Como passo a maior parte do dia fora, o fixo não me faz falta. Só teria um caso fosse contratar algum plano com banda larga incluída — disse a aluna de Direito Isabela, de 20 anos, que gasta R\$ 40 por mês com seus dois celulares.

72% dos lares já têm DVD, mais que máquina de lavar

Renda, crédito e incentivos à economia durante a crise ajudam a explicar os avanços na aquisição de bens, afirmou Marcelo Neri. Para se ter ideia, quase todas as residências do país têm fogão (98,5%), geladeira (93,9%) e TV (96%). Em 2001, 12,6% dos domicílios tinham microcomputador, alcançando 35,1% em 2009. No caso de microcomputador com acesso à internet, o pulo foi de 8,5% para 27,7%.

— Houve injeção de crédito, e as medidas de estímulo ajudaram bastante. Tanto que o PIB (Produto Interno Bruto, conjunto de bens e serviços produzidos no país) do segundo trimestre já trouxe a ressaca do fim de incentivos — disse Neri.

Pela primeira vez, o IBGE pes-

quisou os aparelhos de DVD — que já estão em 72% dos lares. O artigo já é mais presente do que produtos tradicionais como máquina de lavar

roupa (44,3%) e freezer (15,2%).

Fevereiro de 2010 ficou na lembrança da doméstica Josefa Maria da Silva, 50 anos. Após muita insistência, ela conseguiu que o marido, o zelador José Carlos da Silva Neto, de 61 anos, fosse até uma loja e comprasse sua primeira máquina de lavar.

— Estava precisando, e a mulher pedia há tempos. Nossa situação financeira melhorou e o preço baixou. Aí, não tive saída — contou Neto, que comprou em duas parcelas de R\$ 750.

Segundo Marco Pazzini, diretor da IPC Marketing, o avanço no consumo é um retrato de melhorias no mercado de trabalho, facilidade de crédito, inflação controlada e tecnologia que barateia os produtos. Esses fatores ampliam a cesta de gastos da população. Em 2010, por exemplo, o maior peso no orçamento dos brasileiros é com pagamentos de prestações de financiamentos (R\$ 545 bilhões), com participação de 26,1%.

— Esse processo de consumo é sustentável — disse. ■



*Muitos deles
(com mais de 50
anos) estão
no mercado de
trabalho, o que
requer cada vez
mais a ferramenta
(internet)*

Eduardo Nunes,
presidente do IBGE

O ACESSO A SERVIÇOS E BENS

(em % dos domicílios
brasileiros com esses itens)

Telefone

84,3%

Dos quais 41,2% somente celular

Microcomputador

34,7%

Microcomputador com
acesso à internet

27,4%

Máquina de lavar roupa

44,3%

Rádio

87,9%

TV

95,7%

Geladeira

93,4%

DVDs

72%

Automóveis

37,5%

Motos

16,2%

Freezer

15,2%

FONTES: Pnad/2009



Eliária Andrade



ACIMA, AS estudantes Isabela e Renata: elas estão no grupo de 41,2% dos brasileiros que só têm celular e não sentem falta do telefone fixo. Ao lado, o casal Josefa e José Carlos exibe a primeira máquina de lavar: melhora nas finanças e menor preço possibilitaram a compra