

Classe D chega ao mundo digital

Talita Moreira e André Borges

De São Paulo

Os bolsões de pobreza das grandes cidades brasileiras são a mais nova fronteira de expansão da internet. Mesmo com poucos recursos, a classe D encontra maneiras de ter acesso a correio eletrônico, redes sociais e outros recursos virtuais. Para muitos, o computador parcelado no crediário e a assina-

tura de um serviço de acesso à internet deixaram de ser sonhos de consumo e tornaram-se ferramentas de estudos e pesquisas para as crianças, entretenimento para os adolescentes e símbolo de ascensão social para os adultos.

Com renda mensal entre R\$ 768 e R\$ 1.114, a classe D foi estimulada pelo barateamento dos equipamentos, acesso mais fácil ao crédito e, acima de tudo, a percepção sobre a importância crescente

do computador e da internet como ferramentas de estudo, trabalho e lazer.

Esses consumidores sustentam de 6% a 8% das vendas de micros de mesa da Positivo, maior fabricante de computadores do país. Na Telefônica, 10% das novas conexões ao serviço de banda larga são para a classe D — mais que o dobro do percentual de 2008. As empresas lançaram pacotes desenhados para quem só agora chega à web. **Página B3**

Cenário Fatias mais pobres da população compram PCs e serviços de internet no rastro aberto pela classe C

Agora, é a classe D que vai ao paraíso digital

Talita Moreira e André Borges
De São Paulo

Vá até a favela do Jaguaré, na zona Oeste de São Paulo, suba pelas vielas que se abrem em meio aos barracos e entre em qualquer uma das salas de aula do centro cultural Santa Cruz. Pergunte aos alunos que frequentam os cursos de moda, informática ou gastronomia quantos têm computador em casa ou acesso à internet. O número de braços erguidos fica bem abaixo do percentual típico de uma escola de classe média, por exemplo, mas é surpreendentemente alto para o perfil socioeconômico dos moradores.

É uma situação comum a outros bolsões de pobreza das grandes cidades brasileiras. A despeito dos recursos financeiros limitados, essa fatia da população está encontrando maneiras de ganhar acesso a facilidades como o correio eletrônico, as redes sociais e as buscas na internet. Para muitos, o computador parcelado no crediário e a assinatura de um serviço de acesso à internet já não são mero sonho de consumo. Converteram-se em uma ferramenta de estudos e pesquisas para crianças, entretenimento para adolescentes e símbolo de orgulho para os adultos.

Depois da classe C, que nos últimos anos tornou-se um dos principais alvos de empresas dos mais diversos setores, o acesso aos bens de tecnologia da informação (TI) também começa a ser realidade para a classe D — famílias com renda mensal entre R\$ 768 e R\$ 1.114, segundo os critérios da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Os fatores que estão proporcionando esse acesso são basicamente os mesmos que deram impulso ao consumo da classe C: barateamento dos computadores, acesso mais fácil ao crédito e, acima de tudo, a percepção sobre a importância crescente dos PCs e da internet como ferramentas de estudo, trabalho e lazer.

Um ano atrás, o vigilante noturno João José Dias e a esposa, Vera Dias, compraram seu primeiro computador — um modelo da Positivo que custou R\$ 1 mil e foi dividido em 15 prestações. O casal também apertou o orçamento para pagar R\$ 90 mensais para ter acesso a uma conexão de internet com velocidade de 1 megabit por segundo (Mbps). “Cortamos gastos com roupas e coisas supérfluas”, afirma a dona de casa, que ajuda a bancar as contas da família fazendo artesanato.

O casal decidiu investir num computador de tanto que insistiu o filho mais velho, de dez anos. “É muito importante para fazer as

pesquisas de escola”, afirma Vera. Mas ela e o marido também acabaram se interessando pela coisa: ambos se matricularam nas aulas de informática oferecidas no centro cultural. Foi ali, numa tarde de quarta-feira, que o Valor encontrou os dois — ambos carregando suas apostilas.

Histórias como a da família Dias têm sido cada vez mais comuns e começam a chamar a atenção das empresas do setor.

“A entrada da classe D no setor de PCs é um movimento muito claro para nós”, afirma César Aymoré, diretor de marketing da Positivo Informática. Essa camada da população já representa entre 6% e 8% das vendas de micros de mesa da companhia, que é o maior fabricante de computadores do país. Grandes varejistas,

como a Casas Bahia, também já notam que a movimentação desses consumidores começa a ter impacto nos negócios.

Na Telefônica, 10% das vendas de novas conexões do serviço de acesso Speedy são para a classe D — mais que o dobro do percentual apresentado no ano passado. “A internet está ganhando um papel central na vida das pessoas, na vida em comunidade. Não é uma questão de status”, afirma o diretor de clientes residenciais da operadora, Fabio Bruggioni.

Segundo o executivo, metade dos consumidores da classe D que têm uma conexão de banda larga da Telefônica assina planos com velocidade igual ou superior a 1 Mbps. É uma distribuição parecida com a que se encontra nas classes B e C.

A operadora também lançou, recentemente, um pacote que inclui telefone fixo residencial de uso ilimitado e acesso à internet por meio de uma linha discada dedicada por R\$ 54,90 mensais. O produto foi desenhado para atrair clientes que estão começando a usar a web, mas ainda não têm dinheiro ou interesse em pagar por um acesso de banda larga. A Telefônica ainda tem um milhão de internautas adeptos da linha discada e, de acordo com Bruggioni, esse número tem se mantido constante nos últimos anos. Enquanto mais pessoas adquirem um computador e começam a navegar na internet, outras migram para as conexões de alta velocidade.

"O computador é o grande sonho da classe D", afirma Renato Meirelles, sócio-diretor e analista do instituto de pesquisas Data Popular, especializado em estudos sobre o comportamento das classes C, D e E.

Segundo o pesquisador, os PCs têm uma importância prática, além de ser um objeto de desejo. "Em 73% das famílias da classe D, os filhos têm mais escolaridade que os pais. Com isso, o pai acaba não conseguindo ajudar o filho nas tarefas de escola. O computador é que acaba cumprindo esse papel."

Por outro lado, os computadores e a internet permitem que jovens de todas as faixas de renda tenham acesso aos mesmos recursos

de comunicação, como redes sociais, sites de buscas e programas de mensagens instantâneas.

O acesso à web, na verdade, é o grande propulsor das vendas de computadores. "Sabemos que a compra um PC é motivada pelo acesso à internet. Hoje, 70% das pessoas que compram nosso equipamento são usuários de algum tipo de serviço de banda larga, contra 45% de um ano atrás", observa Aymoré, da Positivo.

Para incentivar esse processo — e indiretamente estimular suas vendas — a Positivo mantém um acordo com a Vivo. A promoção inclui a oferta gratuita de um modem para o acesso à internet por meio da rede de terceira geração (3G) da operadora de telefonia móvel. Se o consumidor fosse diretamente até a loja da Vivo, por exemplo, pagaria R\$ 199 pelo equipamento no plano de 250 megabytes. O custo do serviço, diz Aymoré, é 30% inferior ao valor normal e, nos três primeiros meses, o usuário só paga metade do preço da assinatura.

Um ano atrás, a Positivo também lançou um micro para atender à demanda dos consumidores de menor renda. O "PC da Família" custa entre R\$ 999 e R\$ 1.299 e é configurado com serviços específicos. Há links para que os pais tenham acesso direto a notícias, oportunidades de emprego, elaboração de currículo e dicas sobre como educar o filho.

Para as crianças, o PC traz conteúdo educacional, com dicionário e jogos. O negócio deu certo. "Hoje, é o modelo de desktop que mais vendemos", afirma o executivo.

Com base nesse resultado, outro modelo voltado à classe D foi lançado há três meses. O "PC Fácil", comenta Aymoré, é um micro didático. Ao ligar a máquina, o usuário tem informações sobre como navegar na internet, criar um e-mail etc.

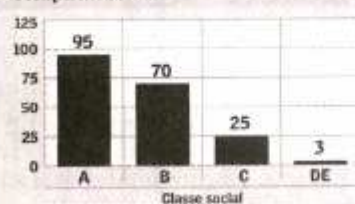
A oferta de modelos com linguagem mais básica e a queda nos preços dos computadores têm sido fundamentais no processo de inclusão desses consumidores de baixíssima renda. Hoje, é possível encontrar micros de mesa por R\$ 619, bem menos que o valor mínimo de R\$ 750 disponível no fim de 2005. Nos notebooks, a redução nesse período foi ainda mais pronunciada, de 41%: o produto mais barato do mercado sai por R\$ 815, segundo o site de comparação de preços Buscapé.

Mesmo com as reduções de preço, porém, o valor ainda é alto demais para pessoas como Fabiana Guandalim, moradora da favela do Jaguaré. Casada com um vigia que recebe pouco mais de um salário mínimo por mês e mãe de cinco filhos, não sobra dinheiro para a família adquirir um computador. Mas Fabiana sonha: "É o que eu mais quero, e eu vou conseguir". Ela já se matriculou nas aulas de informática do centro cultural.

Em ascensão

Equipamentos já são realidade para 2,6 milhões de domicílios da classe D*

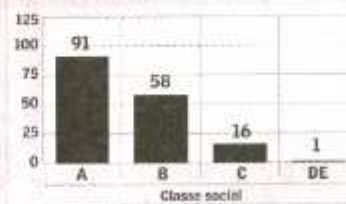
Domicílios brasileiros com computador - %



1,1 milhão
de domicílios da classe D possuem computador

1,5 milhão
de domicílios da classe D possuem computador e acesso à Internet

Domicílios brasileiros com internet - %



27,3 milhões
é o total de domicílios das classes D e E

58 milhões
é o total de domicílios no país

Fontes: IBGE e Comitê Gestor da Internet no Brasil. *Famílias com renda familiar até R\$ 1.114



Na Associação Santa Cruz, na favela do Jaguaré, em São Paulo, adolescente aprende a usar o computador com a professora Neide Martins; acesso às redes sociais é um dos principais atrativos

Usuário busca opções para driblar preço

De São Paulo

A dona de casa Ana gosta de passar as tardes navegando no Orkut e conversando com os amigos no MSN, o popular programa de mensagens instantâneas. Ela vive com o marido numa casa simples, mas bem arrumada, na favela do Jaguaré, e paga R\$ 25 mensais para o acesso à internet em alta velocidade.

Ana não consta, porém, da lista de clientes de nenhuma companhia. Ela paga essa quantia a um morador da vizinhança, que compra o serviço de uma operadora e o "revende" a algumas pessoas que moram ao redor.

Casos como esse têm proliferado na periferia das grandes cidades. A internet "a gato" pode ser facilmente encontrada nas comunidades aonde chegam as redes das operadoras de telefonia fixa e TV por assinatura. É um quadro que mostra de forma nítida a importância que o acesso à web vem ganhando nesses locais e o "jeitinho" adotado pelos moradores para driblar a

barreira do preço. O custo de uma assinatura de banda larga no Brasil, elevado devido a uma série de impostos, está entre os mais altos do mundo.

Mas nem só de conexões clandestinas vivem os internautas que moram nas favelas e nos bairros mais pobres. Existe, também, demanda pelas ofertas oficiais de serviços. Meses atrás, a Telefônica ativou uma central de banda larga em Campo Limpo, região pobre na zona Sul da capital paulista. As linhas disponíveis, surpreendentemente, se esgotaram em dois dias.

Movimentos como esse passaram a ser levados em conta na destinação dos investimentos das operadoras. "A gente analisa de onde está vindo a demanda dos últimos meses para decidir a alocação dos novos investimentos", diz Fabio Bruggioni, diretor de clientes residenciais da Telefônica. Segundo ele, é das periferias que tem vindo grande parte da procura pelos serviços.

As redes de telefonia fixa nem sempre chegam às favelas, até

mesmo devido a uma limitação técnica: a distância das centrais telefônicas piora a qualidade do sinal e a velocidade de acesso, o que em muitos casos inviabiliza a oferta do serviço.

É aí que entram os modems sem fio para a conexão à internet por meio das redes de telefonia móvel. Os dispositivos funcionam em todos os locais onde o celular pega. Nas grandes cidades, onde está disponível a tecnologia de terceira geração (3G), é possível se conectar em alta velocidade. Por esses motivos, esse tipo de oferta de serviço tornou-se uma opção para quem mora na periferia e em áreas rurais.

Na Vivo, os consumidores das classes C e D já representavam 45% do total de assinantes de modems de internet em janeiro deste ano. Agora, essa proporção certamente é maior, afirma o vice-presidente de marketing e operação da companhia, Hugó Janeba. "Esses clientes não querem só voz, querem também internet. Eles percebem o valor dessa informação que está na rede", diz o executivo.

Quem não tem internet fixa ou móvel encontra soluções alternativas. A principal saída é o uso das lan houses, que se disseminaram nas favelas. Segundo levantamento do Comitê Gestor da Internet (CGI), elas são o principal meio de acesso à web no país e representam a opção utilizada por 48% dos internautas brasileiros. Entre os consumidores de classe D e E que navegam na rede, essa proporção chega a 79%.

Na favela do Jaguaré não faltam casos de quem usa o computador em casa, mas recorre a lan houses, vizinhos ou ao Centro Cultural e Profissionalizante Santa Cruz quando precisa acessar informações na internet.

No centro, mantido por empresas e ex-alunos do colégio Santa Cruz, dois computadores ficam disponíveis na biblioteca para o uso da comunidade. Além disso, há uma sala de aula com diversas máquinas. Os equipamentos são usados nos cursos de informática, que já formaram 538 alunos e têm cinco turmas diárias. (TMeAB)

Alcance das redes limita expansão dos serviços

De São Paulo

O número de conexões de internet banda larga no Brasil cresce em ritmo acelerado, mas ainda é pequeno e limitado por dois fatores: o alcance das redes de alta velocidade, que não chegam a boa parte do país, e o preço elevado do serviço.

Existem aproximadamente 11 milhões de conexões fixas e aproximadamente 2,7 milhões de acessos móveis, segundo dados das operadoras de telefonia e estimativas da consultoria IDC. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), divulgada recentemente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 31,2% dos domicílios brasileiros têm microcomputador e 23,8% (13,7 milhões) de lares têm acesso à internet.

Um dos empecilhos à disseminação mais rápida dos acesso à internet é a extensão das redes, que não chegam a todas as re-

giões do país — principalmente aos municípios do interior.

O governo federal tem estudado alternativas para implantar uma infraestrutura nacional de banda larga.

No mês passado, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva determinou que os ministérios relacionados ao assunto apresentem a ele até o início de novembro um plano nesse sentido.

A alternativa mais provável é o uso da rede de fibras ópticas da Eletronet, companhia estatal controlada pela Eletrobrás que está em processo de falência.

Porém, o grande pleito das operadoras de telefonia é a redução da carga tributária incidente sobre os serviços — que atualmente fica em torno de 40% da conta de serviços de telecomunicações. Só que esse pedido esbarra nas finanças dos governos estaduais, que têm nas companhias de telefonia e energia sua maior fonte de arrecadação de ICMS. (TM)