

Agora, é a classe D que vai ao paraíso digital

(Talita Moreira e André Borges)

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.

Fonte: Valor Econômico (6/10/2009)