



Acesso à internet no Brasil cresce rapidamente, mesmo entre a população mais pobre

14/04/2008

Reportagem publicada no World Politics Review em abril de 2008 e escrita pelo jornalista Marcelo Ballvé

O Ministro da Cultura brasileiro levantou, recentemente, uma discussão nos blogs de seu país com declarações que deram a impressão, para muitos, de uma utopia de internet. Em um debate sobre novas tecnologias no Rio de Janeiro, Gilberto Gil disse estar “absolutamente” convencido de que a expansão do acesso à internet pode reduzir os números de crimes nas violentas favelas do Brasil.

Ele contou uma história de um jovem casal que mora em uma favela controlada por gangs rivais de drogas e que se conheceram e se apaixonaram graças à internet. Não haveria outra maneira deles se encontrarem, devido aos constantes atos de violência. Nas favelas, disse Gil, os jovens podem usar a internet para “ultrapassar as barreiras em seu caminho”.

Muitos bloguistas ridicularizaram o Ministro, dizendo que era uma idéia romântica que ignora a dura realidade. Mas Gil é famoso mundialmente pelas suas músicas intelectuais, e é também escritor de um livro sobre a cultura da internet. Seus comentários não podem ser meramente descartados como se fossem um simples desejo de um político.

No Brasil, a tecnologia das comunicações tem progredido em uma velocidade assustadora. As estatísticas sobre o uso da internet atingem novos recordes todos os meses. Como resultado, a sociedade brasileira está mudando de tal forma que mal começamos a entendê-la.

Os pesquisadores brasileiros já estão mostrando o papel da internet no marketing, no ativismo político e nas organizações comunitárias. Viva Rio, a ONG antiviolença líder no Rio de Janeiro, possui um programa intitulado Viva Favela, que mantém um portal na internet, centros gratuitos de acesso à internet, cursos de mídia e de computação e classificados de emprego – tudo direcionado aos moradores das favelas. Recentemente, na cidade de Florianópolis, o grupo de mídia Rede Brasil Sul usou o site de relacionamento social para ajudar na organização de eventos de verão.

No Brasil, nas eleições presidenciais de 2006, dezenas de grupos de apoio aos candidatos navegaram pela Orkut, um site de relacionamento do Google tão popular no Brasil como o Facebook nos Estados Unidos.

Esses grupos no Orkut, que juntos contabilizaram 1,5 milhões de membros no auge das eleições, funcionou de forma parecida nos EUA – baseado nos “netroots” ou iniciativas democráticas via internet, como os MoveOn.org ou campanha presidencial 2004 de Howard Deane, que foi pioneira nestas organizações fundamentadas na internet e que hoje faz parte de todas as campanhas presidenciais de 2008. Os grupos no Orkut ajudaram a mobilizar as devotas declarações dos rivais e consolidar o apoio aos candidatos. Isto não necessariamente atraiu novos eleitores ou mudou suas decisões, diz um relatório de 2006, realizado pelo Centro de Estudos Avançados em Propaganda e Marketing situado em São Paulo, que acredita ser o primeiro em detalhar o impacto do Orkut na política brasileira.

Obviamente a pergunta era se este fenômeno da internet irá penetrar totalmente nas classes trabalhadoras e mais pobres e como isto pode vir a alterar a sociedade brasileira. É um grande salto concluir que a democratização da tecnologia digital irá resolver todos os problemas do Brasil, onde os crimes são enraizados e onde há a pior desigualdade de renda no mundo, mas os efeitos certamente terão um longo alcance.

A certeza é que o Brasil está começando a construir seu segmento digital. No ano passado, por exemplo, pela primeira vez na história foi vendido mais PCs no Brasil

COMPRA ONLINE

Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

(10,7 milhões) que aparelhos de televisão, conforme o grupo de consultoria IDC Brasil. E, sem dúvida alguma, foi a população de baixa renda, e não a classe alta ou média, que moveu esse crescimento.

“Recentemente, pessoas das classes mais baixas começaram a comprar computadores e ficar on-line,” disse Marcelo Coutinho, diretor de análise de mercado da empresa de pesquisa IBOPE Inteligência. “Isso é algo grande. Não é mais verdade dizer que apenas as pessoas de classe alta estão surfando pela internet”.

Ele complementa, “Aqui e ali encontramos casos reais de pais de baixa renda que acreditam que sem algum conhecimento em computação as chances de ascensão profissional de seus filhos ficará limitada”.

De acordo com Coutinho, na classe média baixa a compra de computadores e acesso on-line está em rápida ascensão. Mas no Brasil, onde os salários caem radicalmente abaixo dos níveis executivos, isto pode significar uma renda familiar mensal de cerca de R\$ 600,00.

Tendo a baixa renda como um problema constante, o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva possui como prioridade integrar os brasileiros pobres na economia de consumo. Para isso, sua administração ofereceu às famílias pobres uma alavanca através dos inovadores programas sociais, incluindo o bem-sucedido Bolsa Família, uma iniciativa que paga subsídios aos pais por manterem seus filhos inscritos na escola. As famílias pobres viram suas finanças estabilizarem e seu poder de compra crescer mais rápido que o crescimento econômico em geral.

Um programa adicional, chamado “Computadores para todos”, está direcionado a ajudar os trabalhadores de baixa renda a comprarem seu primeiro computador.

Os brasileiros constantemente se referem ao efeito do “Crescimento da China”, pois como tantos Chineses, milhões de brasileiros estão apenas recentemente podendo adquirir bens de consumo duráveis, como geladeiras, aparelhos de DVD e computadores.

No ano passado houve um crescimento de 17% na aquisição de computadores em famílias com renda entre R\$600,00 e R\$ 1.000,00 mensais, conforme pesquisa autorizada e com base nas 17.000 entrevistas conduzidas pelo Comitê Gestor de Internet Brasileiro. Para as famílias ainda mais pobres, o aumento foi de 14%.

A pesquisa, publicada no mês passado, concluiu que o aumento no índice de compra de computadores em 2007 revela o sucesso dos programas de inclusão digital como o Computador para Todos.

Não é nenhuma novidade, que o número de surfistas na internet brasileira também tem crescido rapidamente. O IBOPE//NetRatings, uma empresa de pesquisa especializada no uso de internet, registrou 22 milhões de usuários ativos de internet residencial em fevereiro de 2008, um enorme aumento de 56,7% sobre o mesmo mês no ano passado.

O assustador crescimento é resultado da influência de vários fatores, além do maior poder aquisitivo da classe baixa, de acordo com Coutinho do IBOPE Inteligência. Inclui também a valorização da moeda brasileira, o Real, que permite a importação de peças e eletrônicos com um custo bem mais barato, a redução no imposto federal sobre computadores e a expansão de programas de crédito ao consumidor, que permite comprar um PC em até 24 parcelas.

Mas, e os ainda mais pobres, aqueles que não conseguem adquirir computadores com acesso à internet, mesmo que, em termos reais, seu preço tenha caído até 50% nos últimos quatro anos? O fenômeno dos Cybercafés surge para preencher esta lacuna, especialmente nas favelas, onde pequenos empreendedores privados trouxeram a internet para centenas de milhares de pessoas por meros centavos.

Ultimamente, os Cybercafés têm surgido em toda parte no Brasil (emergiram em parte, sem dúvida, pela disponibilidade de computadores mais em conta). Em 2007, pela primeira vez desde o surgimento do Comitê Gestor de Internet no Brasil, os Cybercafés foram classificados como o lugar mais comum para acesso à internet, sendo que 49% dos entrevistados relacionam os Cybercafés como seu local de acesso (repostas de múltipla escolha não foram permitidas). Cybercafés, conhecidos no Brasil como “Lanhouses”, podem ser uma simples sala ou espaço comercial equipados com uma fileira de computadores conectados ao “Lan” ou área de internet local.

Entusiasmados pelos sinais da lacuna digital cada vez mais estreitos, os governantes locais e federais no Brasil anunciaram planos para expandir seus próprios programas de inclusão digital. O governo federal anunciou este mês que 55.000 escolas públicas urbanas terão acesso à banda larga até o fim de 2009. São Paulo, a maior metrópole da América do Sul, planeja expandir sua rede de centros de internet gratuitos de 238 para 300.

Frequente isso, oficiais brasileiros passaram com o idêntico de fornecer links de

enquanto isso, oficiais brasileiros avançaram com a ideia de fornecer linhas de telefone fixa a todos os 5.562 municípios do país. Em vez disto, o governo intermediou uma negociação de licenças para expandir a banda larga, mesmo que seja via satélite. Somente o tempo dirá se estão colocando o burro na frente da carroça.

COMENTE

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

IBOPE Inteligência; IBOPE Nielsen Online

NOTÍCIAS RELACIONADAS

Laure Castelnuovo no Fórum de Marketing Empresarial

01/ago/2012

Executiva do IBOPE Inteligência ministra a palestra "Cenários e Tendências do Mercado Brasileiro de Consumo".

Internautas gostariam de melhorias no transporte em São Paulo

06/jul/2012

Pesquisa revela pedidos ao próximo prefeito da cidade

SOLUÇÕES RELACIONADAS

Não foram encontrados itens para Produtos Relacionados desta página.

O IBOPE

Quem somos
Unidades de negócios
Investimento social
Executivos
O que fazemos
Como fazemos
Auditoria e qualidade
Onde Estamos
Nossos Valores
Integridade corporativa
Canal aberto
Sustentabilidade
Parcerias e associações

SOLUÇÕES

Ambiental
Análises
Consumo dos meios
Geonegócios
Mercado
Monitoramento dos meios
Opinião pública e política
Educação
Single source

CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado
Pesquisas eleitorais
Pesquisas de mídia
Audiência de rádio
Audiência de TV RJ
Audiência de TV SP
Investimento publicitário
Leitura de jornal
Ranking de agências
Artigos e papers
Infográficos
Leitura de pesquisas eleitorais
Descubra com o IBOPE
Glossário
Hotsites
Vídeos

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

COMPRA ONLINE

Cursos e Treinamentos
Relatórios de internet
Orçamento de Pesquisa
Minhas Compras

RELACIONAMENTO

Entrevistados
Dúvidas frequentes
Fale Conosco
Relacionamento acadêmico
Imprensa
Releases
Organograma
Fact sheet
Política de divulgação