

A dupla brecha digital

“No Brasil, 10% da população controlam 47% da renda e são os que podem migrar para a banda larga.”

Por Arjan Sundardas

Os últimos cinco anos foram caracterizados por um auge da internet, passando de uma rede basicamente de pesquisa entre universidades, para ser um meio de comunicação generalizado para grande parte da sociedade, tanto em âmbito empresarial quanto em âmbito particular, através da navegação pelas páginas web, utilização do correio eletrônico, e outras ferramentas. Neste entorno, e cada vez mais, uma porcentagem superior a 6% da população brasileira possui acesso à internet nas suas casas, fundamentalmente através de um modem e de uma linha telefônica. Os acessos de banda larga, também denominados de “alta velocidade”, são tecnologias incipientes que permitem ter acesso à internet ou a outras redes com uma velocidade equivalente a pelo menos cinco vezes a obtida através da linha telefônica tradicional.

O lançamento dos serviços de acesso à internet de banda larga pressupõe o aumento das possibilidades de experiência do usuário pelo fato de poder ter acesso a conteúdos multimídia, embora a penetração deste tipo de conexões à internet ainda seja baixa.

No momento em que a internet começa a popularizar-se, aparece o conceito de brecha digital (do termo anglo-saxão “digital divide”) que significa a diferença no perfil médio de usuário da internet comparado com a caracterização média demográfica. Sendo assim, em meados da década passada, existia uma importante diferença entre o usuário médio de internet e o cidadão médio brasileiro, sendo primeiros, em maior porcentagem, os homens com uma idade média superior ao parâmetro demográfico do país, e com nível de estudos superior.

Este fato traduzia-se em que a maior parte dos usuários de internet são homens, sendo a idade média cada vez maior nos países da América Latina em contraste com uma situação contrária na Europa e nos Estados Unidos. Do mesmo modo, o nível educacional dos internautas é maior do que o da média demográfica.

Por isso, desde o início da internet, as empresas que analisavam o potencial de criação de um canal de vendas através da rede analisavam o perfil do seu cliente-tipo com o perfil do internauta, e podiam concluir que, em princípio, produtos adquiridos por clientes com perfil demográfico similar ao dos internautas tinham maiores probabilidades de ob-



ter sucesso na venda on-line.

Com a chegada de inovações tecnológicas como a ADSL, acesso à internet por cabo e serviços com preços em torno aos 20 dólares por mês, aparece uma nova brecha digital, sendo possível realizar uma radiografia das diferenças existentes, não somente entre o cidadão médio e o usuário médio de internet, senão entre este segundo e o usuário médio de acesso à internet de alta velocidade.

Estas diferenças vêm marcadas quanto às características sócio-demográficas por um maior nível aquisitivo dos usuários de alta velocidade, uma porcentagem maior constituída de homens — número superior a 60%. Além disso, surge um novo grupo relevante: os jovens com menos de 14 anos. A utilização de banda larga por este último grupo representa mais do dobro dos usuários com acesso tradicional à internet.

Cabe recordar, além disso, que 10% da população brasileira controla um pouco mais de 47% da renda total do país, sendo estes 10% cidadãos que já utilizam habitualmente as tecnologias — incluindo a internet — e que são suscetíveis de migrar para conexões de banda larga.

A principal consequência desta segunda brecha digital já não implica a possibilidade de ter ou não acesso à internet, senão o risco de que uma porcentagem de mais de 90% dos usuários percam acessibilidade à informação existente na rede se os principais sites incor-

porarem propriedades multimídia, o que torna notavelmente lenta a velocidade de descarga para usuários de baixa velocidade (ou banda estreita), chegando, em muitos casos, a impossibilitá-la.

Portanto, está se criando uma dupla brecha digital, de relação 6/94 para a primeira no que se refere ao acesso à internet e de 10/90 quanto a alta velocidade em relação à baixa velocidade, que impacta com uma internet de “múltiplas velocidades” que, além disso, já atingiu na América Latina barreiras difi-

Há diferenças não apenas entre o cidadão médio e o usuário médio de internet, mas entre este segundo e o usuário médio de internet de alta velocidade

ceis de superar, onde 70% das casas que possuem computador já se conectam à internet. Também é verdade que no Brasil somente 6% das casas possuem computador, portanto ainda resta uma ampla margem de crescimento, sempre guiado pela bonança econômica. Além disso, a densidade de linhas telefônicas no país é de 17 para cada 100 casas.

Por outro lado, a situação na América Latina é bem diferente da situação de países como os Estados Unidos, Reino Unido, Coreia — um claro exemplo de desenvolvimento da banda larga com

penetrações de alta velocidade que superam 60% das conexões totais à internet — ou Espanha, países nos quais mais de 50% das conexões são de usuários residenciais comparado com 19% de média para a América Latina.

A existência da dupla brecha digital faz com que apareçam oportunidades para potenciais negócios de segmentos que tenham como clientes-alvo usuários com o perfil de usuários de internet de alta velocidade, dirigindo a proposta de valor a partir de portais com conteúdos de banda larga ou anunciando-se nos mesmos.

Diante destas oportunidades surgem riscos importantes, como aumentar a brecha digital inicial ampliando-a com um salto intermediário de acesso telefônico à internet face ao acesso de alta velocidade (ADSL, cabo), pelo fato de que praticamente todos os conteúdos desenvolvidos hoje em dia, em nível mundial, estejam dirigidos ao acesso de banda larga.

Este novo conceito pressupõe a criação de novas barreiras que antes se limitavam ao simples acesso à internet e hoje em dia resolvido, pelo menos parcialmente, através de cibercafés, por exemplo, a uma internet — nunca melhor dito — de duas velocidades, para usuários de banda estreita (conexão telefônica) e para usuários de banda larga.

Arjan Sundardas é professor do Instituto de Empresa de Madrid, Escola de Negócios e membro da Aliança Suroeste.