Convergência sem fim
Cezar Taurion

Empresas que atuavam de forma isolada em suas respectivas indústrias de um momento para o outro se viram competindo no mesmo espaço do mercado, pelos mesmos clientes.

Um dos mantras mais quentes atualmente é a chamada convergência digital. Em seu nome, está acontecendo um verdadeiro movimento cataclísmico, com inúmeras fusões e aquisições sacudindo a indústria de telecom. Empresas que atuavam de forma isolada em suas respectivas indústrias, como telefonia fixa, telefonia móvel, banda larga e televisão, de um momento para o outro se viram competindo no mesmo espaço do mercado, pelos mesmos clientes!

A convergência, em teoria, propõe que os usuários possam ter a liberdade de utilizar qualquer serviço de comunicação ou entretenimento, sem se preocupar com o meio de transmissão ou dispositivo de recepção. As conveniências do usuário e não as limitações de ofertas dos provedores é que irão determinar onde certos conteúdos serão recebidos. Para este cenário futurista acontecer, é necessária a reestruturação da indústria em um modelo bem diferente do atual, como, por exemplo, em uma camada de serviços de geração de conteúdo, uma camada de agregação (na economia da abundância de conteúdo, existe um grande valor para agregadores, como o Google), uma camada de transmissão e uma camada para recepção deste conteúdo.

Este modelo, agnóstico em relação às tecnologias de transmissão de conteúdo, permitiria ao usuário conectar seu celular a uma rede doméstica baseada em Wi-Fi quando estivesse em casa e usar a tradicional rede celular quando estivesse na rua. Claro que de forma transparente e automática. Permitiria, também, que este usuário começasse a ver um filme em sua TV, o interrompesse e continuar a assisti-lo em seu celular, no saguão do aeroporto. Ou filmar, pelo seu celular, algo interessante que tenha acontecido na rua e passar este filme no seu televisor ou laptop ou até mesmo enviá-lo para o You Tube, para o mundo todo vê-lo!
Já aparecem novas ofertas de serviços com nomes como "triple play" e mesmo "quadruple play", que são a combinação de diversos serviços como telefonia, banda larga e televisão, todos ofertados pelo mesmo provedor.

Agora, este cenário não irá acontecer sem transformações significativas na indústria. Não basta a uma empresa que oferece um serviço adquirir empresas de outros serviços para construir uma oferta integrada (bundling) e acreditar que isso, por si só, é suficiente para estar no negócio da convergência digital. Muitos destes movimentos de aquisições e fusões que vemos acontecer no mundo todo são ações defensivas, de proteção de mercado. Não significam necessariamente que por trás deles há uma estratégia bem definida de redesenho do modelo de negócios para o mundo convergente.

Nos próximos anos, veremos os vencedores deste novo mundo: as empresas, sejam elas de telefonia ou empresas do mundo Internet, que compreenderam plenamente o potencial da convergência digital e inovaram em suas estratégias e ofertas de serviços.

Disponível em: <http://computerworld.uol.com.br>. Acesso em 4 nov. 2006