

Indústria do celular enfrenta o mundo da banda larga

Definitivamente, o grande tema da indústria de telefonia celular no mundo, neste momento, é como fazer com que a mobilidade se case com a internet. Se até o ano passado o que se discutia nos grandes encontros mundiais da indústria era o casamento com a televisão e com a indústria do entretenimento (o que ainda é importante, mas não é o tema "quente"), agora a dúvida é levar o universo da internet, sobretudo da chamada "Internet 2.0" (banda larga) para os dispositivos móveis.

Nos debates de encerramento do 3GSM World Congress (maior evento de telefonia móvel do mundo, realizado esta semana em Barcelona), esse foi o tema destacado por todos.

"O que vimos ao longo de 2006 foi um crescimento significativo no número de assinantes dos serviços, sobretudo em mercados emergentes. E também vimos a explosão das aplicações da internet banda larga. A questão é como esse mundo da internet está chegando ao celular e como chegará aos mercados emergentes", disse Simon Beresford-Wylie, presidente designado da Nokia Siemens Network.

Não é apenas conversa de fornecedor. "Por que é preciso termos esse acesso em banda larga? Por uma questão de sobrevivência", pondera Barry West, CTO e presidente da divisão de 4G da Sprint Nextel, dos EUA. "Querendo ou não, o mundo no qual viveremos terá mais conexões à internet do que pessoas. E essa hiperconectividade será toda em banda larga", diz Mike Zafirovski, presidente da Nortel.

Voz tem limite

"Há no mercado de telefonia móvel um processo de erosão de receitas com voz e um limite também. Ninguém vai falar muito mais do que já fala, por mais barato que a ligação fique", diz Patricia Russo, presidente da Alcatel-Lucent. "No Japão, já há mais conexões à internet sendo feitas pelo celular do que pelas conexões fixas", explica Kaoru Yano, presidente da NEC.

O que essa tendência significa para os operadores? Certamente, necessidade de investimentos em redes mais velozes, o que é um problema.

Na Europa, por exemplo, onde as redes 3G são mais difundidas do que nas Américas (no Brasil elas praticamente inexistem, exceto pela cobertura EV-DO da Vivo, cuja classificação como 3G também é polêmica), o retorno dos investimentos nas redes atuais é complicado por conta dos altos custos pagos pelas licenças. No Brasil, os operadores falam o mesmo em relação às redes atuais, 2G.

Mas o impacto mais significativo é na adaptação dos modelos de negócio. Hoje, no universo da banda larga fixa, paga-se uma tarifa fixa pela conexão, boa parte do conteúdo é gratuito (Google, YouTube, maior parte dos portais de notícias, e-mails etc.), há muito conteúdo bancado por publicidade e apenas uma parte é cobrada em um modelo on-demand ou por assinatura.

É um modelo diametralmente oposto ao modelo das celulares, em que se paga por minuto de conexão ou pelos bits trafegados, e, na maior parte das vezes, paga-se também pelo conteúdo consumido. "É um desafio adaptar esse modelo, e é um desafio maior fazer isso em mercados emergentes, onde o consumo médio é de US\$ 5, e não de US\$ 50, como nos mercados desenvolvidos", diz Sriram Visvanathan, vice-presidente da divisão de mobilidade da Intel.

Disponível em: <<http://www.tiinside.com.br>>. Acesso em 16 fev. 2007