

O senhor Skype

Tania Menai

O chefe do mais bem-sucedido serviço de telefonia pela internet diz que o novo alvo do tsunami digital é a televisão

O sueco Niklas Zennström, 40 anos, casado, engenheiro com especialização em administração de empresas, não tem telefone em casa. Nem precisa. Ele é o co-fundador e CEO da Skype, empresa que permite fazer ligações e videoconferências gratuitamente entre computadores de qualquer parte do mundo – desde que se tenha conexão de banda larga para acesso à internet. Criados em 2003, os serviços da Skype estão disponíveis em 28 idiomas para um crescente número de 171 milhões de usuários globais. A Skype responde por quase 5% das ligações no mundo, mas cresce mais do que qualquer outra empresa de telecomunicações. Só nos últimos três meses do ano passado, o Skype alistou 35 milhões de adeptos. Em outubro de 2005 a empresa foi comprada pelo eBay, o líder americano de leilões on-line, que pagou 2,6 bilhões de dólares. Zennström continuou no posto de CEO. Está em testes agora a nova investida de Zennström e sua turma: o Joost, serviço de transmissão de programas de televisão pela internet. Ele conversou com VEJA em uma videoconferência de seu escritório de Londres.

Veja – Se o senhor e eu estamos falando de graça neste momento, como o Skype ganha dinheiro?

Zennström – Usar o Skype é de graça quando em ligações como a que estamos tendo agora, de computador para computador. Mais de 171 milhões de pessoas em todo o mundo já têm como hábito conversar gratuitamente usando seus computadores ligados em nossos serviços. Isso é o básico. Um bom número de pessoas opta por serviços como SkypeOut – que permite fazer ligações de computadores para telefones tradicionais. Muitos usam também o SkypeIn, que oferece a operação inversa. Ou seja, oferecemos um número de telefone fixo ao usuário e quando alguém liga para esse número a pessoa atende no computador em casa ou no laptop que estiver usando. É aí que ganhamos dinheiro.

Veja – No Brasil, os custos de telefonia celular e fixa ainda são altos se comparados aos dos Estados Unidos. Além disso, o Brasil tem quase 6 milhões de conexões em banda larga. Esse é um cenário atraente para serviços como o Skype, não?

Zennström – O Brasil é um dos nossos cinco maiores mercados em número de usuários. Uma das razões é mesmo o alto custo da telefonia no país. Nos Estados Unidos ou em alguns países europeus, onde é bem mais barato fazer ligações, há também um grande número de pessoas conectadas à internet em banda larga, mas os custos atuais certamente fazem do Brasil um mercado ideal. Os brasileiros que dispõem de banda larga podem telefonar a custo quase zero. Em meados de março iniciaremos no Brasil os serviços de SkypeIn e SkypeOut, que poderão ser comprados com cartões de crédito locais. Até então, os brasileiros tinham dificuldade de usar esses serviços, que só aceitavam cartões internacionais.

Veja – O Skype representa uma ameaça séria à sobrevivência das empresas de telefonia?

Zennström – Sem dúvida, somos um obstáculo ao aumento do faturamento das empresas de telecomunicações, em especial no campo da telefonia. Por outro lado, nosso sucesso as ajuda a vender mais conexões com a internet. Então elas perdem de um lado e ganham de outro.

Veja – Em janeiro passado o senhor esteve no Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça. O que se falou sobre telecomunicações lá?

Zennström – Estive com vários presidentes de empresas como a Cisco (que domina o mercado de infra-estrutura de transmissão pela internet) e a Motorola (fabricante de equipamentos de conexão e telefonia). Os líderes da indústria de qualquer setor não perdem de vista as mudanças trazidas pela comunicação de voz via internet. Um ponto pacífico entre os participantes é que em breve não apenas a voz mas as teleconferências, os vídeos domésticos e comerciais, os programas de televisão e os filmes de Hollywood chegarão à casa das pessoas também pela internet.

Veja – O impacto no mundo dos negócios foi o esperado pelo senhor?

Zennström – Sabemos que 30% dos nossos usuários são pequenas empresas. Empresas internacionais do ramo de importação e exportação são as que mais vantagens podem tirar desses serviços. Um famoso escritório de arquitetura aqui em Londres passou a usar o Skype e fez enorme publicidade da economia obtida com telefonia. A vantagem não é apenas econômica, porém, pois o Skype permite que várias pessoas conversem simultaneamente se vendo com o uso de câmeras de vídeo, as webcams.

Veja – Um novo serviço ainda experimental, o Joost, se propõe a oferecer programas de televisão pela internet e ainda permitir que as pessoas possam trocar impressões sobre o que estão vendo. O senhor aposta que em breve o Joost será tão familiar quanto são hoje Google, Skype, Wikipedia e YouTube?

Zennström – O Joost tem potencial para mudar a maneira como assistimos televisão. Ele une o melhor da televisão com o melhor da internet. Em outras palavras, a televisão sabe como produzir conteúdo, e a internet é a melhor maneira de distribuí-lo. A televisão continua produzindo novos e sensacionais programas, mas não renova em nada sua forma de distribuição. O Joost permite aos telespectadores assistir a seus programas prediletos na hora em que desejarem. O fato de estarem conectados com outras pessoas que assistem aos mesmos programas também tem seu potencial de atração. A proposta é diferente da do YouTube, com seus clipes profissionais e amadores. O Joost oferece programas completos, de longa duração, produzidos pelas emissoras de televisão com as quais temos acordos.

Veja – Na opinião do senhor, o que mais está mudando na televisão?

Zennström – Vai ter formidável impacto a proliferação de câmeras digitais de alta qualidade e custo razoável, em torno de 1.000 euros, nas mãos de milhares de pessoas. Qualquer um hoje pode, teoricamente, produzir conteúdo de qualidade ou que chame atenção. Do outro lado da linha as modificações também são previsíveis. Qualquer tela de computador novo atualmente tem resolução suficiente para reproduzir imagens de televisão. Está superada a idéia de que é preciso um televisor para ver televisão.

Veja – Os dormitórios das universidades americanas são a ponta de lança dessas tendências. As pesquisas mostram que o número de computadores já supera o de televisores...

Zennström – Certamente as programações de televisão serão cada vez mais vistas em computadores, assim como já estamos usando o computador como telefone. Quem não tem muito dinheiro pode gastá-lo bem em um laptop de qualidade. De algum modo ele substitui o estéreo, a televisão e o telefone. Desde, é claro, que se tenha uma conexão com a internet de banda larga.

Veja – Muita gente começa a ver mais desvantagens do que vantagens nessa concentração de funções em um aparelho só, não?

Zennström – Há várias armadilhas. As mais comuns são essas convergências, em que você tem tudo em um só aparelho. O clássico exemplo é o minúsculo telefone com câmera digital em que você pode também escutar música. Por outro lado você tem peças limpas como o iPod, aparelho feito apenas para escutar música ou assistir a vídeos. Acho que a maioria dos aparelhos que se propuseram a oferecer inúmeras funções em uma mesma peça acabou comprometendo a qualidade de cada uma delas. Acho melhor ter um aparelho para cada função.

Veja – Quem usa o Skype a partir de um browser de telefone celular com capacidade de entrar na internet está telefonando ou "skypeando"?

Zennström – Essa situação a que você se refere já é possível. Ela mostra que o telefone pode perder sua razão de existir em breve. Já lançamos na Europa parcerias com companhias de telefonia móvel em que oferecemos Skype instalados em aparelhos celulares. Muitas pessoas já usam os "skypephones", que lhes permitem fazer ligações em qualquer ambiente onde funcionar uma rede sem fio pública ou privada. A meu ver, cada vez mais as pessoas usarão o Skype em "skypephones" e celulares e menos nos computadores.

Veja – Os europeus sempre foram retardatários na corrida pela inovação criada pela internet. Isso está mudando?

Zennström – Empresas e empreendedores estão cada vez menos preocupados com nacionalidades e mais focados em fazer negócios em países interessantes. A Europa está muito voltada para a inovação e há cada vez mais coisas brotando de cabeças europeias. Os americanos, no entanto, têm uma vantagem óbvia: eles são "o" mercado consumidor de produtos e também os mais ávidos compradores de empresas. Hoje procuro enxergar o mundo como um mercado – é vital estar de olhos abertos para aqueles que crescem com rapidez. O Brasil é um desses mercados. Temos de observar países como a Índia e a China, e não apenas ter olhos para a Europa e os Estados Unidos.

Veja – Poucas empresas ocidentais conseguem fazer sucesso inequívoco na Ásia. Qual a estratégia da Skype?

Zennström – Uma das chaves para atuar naquela região é perceber cada país separadamente. O Japão é diferente da China, que é diferente da Coreia do Sul. É muito importante ter parceiros locais que entendam bem a realidade de cada um dos mercados.

Veja – Como é fazer negócio na China, onde o governo ainda tenta banir o acesso a sites da internet e controlar a imprensa?

Zennström – Nossa missão é permitir conversas que nunca aconteceriam em outras circunstâncias. Mas nós, como empresa, não olhamos para a China de forma diferente – atuamos lá como em qualquer outro país. E temos tido bastante sucesso, sem nenhum problema com o governo local.

Veja – Como o sucesso do Skype afetou a vida das companhias telefônicas tradicionais?

Zennström – Muitas dessas companhias passaram a oferecer pacotes muito mais interessantes aos consumidores, aumentando seu leque de escolhas. No fim das contas, é o consumidor que se beneficia com um mercado mais rico e competitivo.

Veja – Todo dia há um visionário e até dono de jornal – como foi o caso de Arthur Ochs Sulzberger Jr., do The New York Times – prevendo o fim da imprensa em papel. Qual a opinião do senhor sobre isso?

Zennström – Recebo informações vindas de uma variedade de fontes, incluindo jornais, comunidades de blogueiros, sites de notícias, revistas... Isso é vital se quero ter uma perspectiva ampla do que está se passando no mercado e no mundo. Preciso ter uma visão abrangente do que os consumidores estão pensando, falando, fazendo... Quanto mais escolhas eu tiver, melhor... É assim que vejo.

Veja – A Skype conta com 150 programadores, e a maior parte deles tem menos de 28 anos. Será que o sucesso no mundo digital é privativo dos jovens?

Zennström – A juventude tem um entusiasmo especial, sim. Mas a maior vantagem é deixar as pessoas fazer o que gostam. Quem trabalha na Skype usa o serviço e gosta. Usamos nosso próprio produto para trabalhar. Esses jovens se orgulham de criar um produto que atinge a vida de milhões de pessoas – e sentem-se gratificados com isso. Reter o capital humano dessa maneira, focar na realização do trabalho e dar liberdade funciona para nós melhor do que as hierarquias tradicionais.

Veja – O que significou para o senhor fundar uma empresa cujo nome já virou verbo – pelo menos em inglês –, "to skype", ou "skypear", em português?

Zennström – Há um ano o verbo entrou também para um dicionário na Áustria. Isso é algo para dar orgulho. É fantástico. Primeiro criamos o nome "skyper", com "r" – mas tiramos o "r" porque sem ele a palavra ficaria mais limpa, mais sonora. O nome não significa nada em nenhum idioma. É apenas um nome pequeno e funciona bem em várias línguas.

Veja – Os Jetsons era um desenho animado que se passava no futuro. Nele uma família espacial comunicava-se via videoconferência. Veio daí sua inspiração?

Zennström – Eu não via muito televisão quando pequeno. Eu preferia ouvir os Rolling Stones, os Ramones e Mozart. A música tem sido uma grande fonte de inspiração para mim.

Veja – Quantas linhas de telefone fixo o senhor tem em casa?

Zennström – Nenhuma. Uso Skype no computador e nos telefones celulares. E é só.

Veja – Uma última curiosidade: por que os usuários do Skype não podem ligar para números de emergência?

Zennström – Por uma série de razões, mas a principal delas é que no Skype o usuário é identificado apenas pelo nome, e não pelo endereço onde se encontra. Isso não serviria para os bombeiros ou a polícia, que têm de saber imediatamente onde você está.

Fonte: Veja, ano 40, n. 9, p. 9-11, 7 mar. 2007.