

O pedágio esperto do Facebook

O Facebook, a maior empresa de relacionamento online do mundo, tomou uma medida que deixou os criadores de aplicativos do mundo inteiro com a pulga atrás da orelha. A preocupação se estende também às empresas de meios de pagamento, assim como, em última instância, a todas as companhias que usam a rede social como

plataforma para ações de marketing e negócios.

O site criado por Mark Zuckerberg decidiu que, a partir de 1º junho, todos os jogos baseados em sua plataforma deverão usar uma moeda virtual, batizada de Facebook Credits. Assim, todas as transações financeiras realizadas em jogos na rede social, como o Farmville e Cytiville, que são propriedade de outras empresas, deverão usar a moeda do Facebook. Isso vai gerar receitas novas para o site e o torna um concorrente em potencial das operadoras de cartão de crédito e de meios de pagamento.

O sistema funciona da seguinte forma: nos games, muitas vezes o usuário precisa "comprar" moedas virtuais para avançar em fases ou acumular pontos. Essas moedas virtuais devem ser pagas com dinheiro real, por meio de cartão de crédito ou empresas que viabilizam pagamento online, como a Paypal, da eBay. O Facebook, hoje, não tem participação nessa verba. Mas, a partir de 1º de junho, ele vai cobrar uma taxa de 30% de cada transação feita com sua moeda virtual. Em outras palavras, é uma espécie de pedágio que o Facebook aplicará a desenvolvedores de jogos e empresas de meios de pagamento.

A questão espantou os criadores de aplicativos porque o Facebook sempre estimulou o uso de sua plataforma e nunca ameaçou cobrar por isso. Foi uma maneira de seduzi-los, permitindo que o site pudesse contar com uma vasta gama de aplicativos em seu ambiente, tornando-o mais atraente.

O problema é que, ao ancorarem seus aplicativos no



O site comandado por Mark Zuckerberg decidiu obrigar o uso de sua moeda virtual em jogos e acendeu o sinal de alerta em empresas do mundo inteiro

Facebook, na expectativa de que nunca teriam de desembolsar um só centavo por isso, as empresas ficaram atreladas ao site. Assim, levaram consigo para lá conteúdo, negócios e seus consumidores. Agora, descobrem subitamente que o site de Zuckerberg começa a cobrar para liberar-lhes a passagem. "É o que acontece quando alguém reúne tanto poder", disse ao jornal madrileno *El País*, Eneko Knorr, diretor da Ideateca, um estúdio espanhol que desenvolve aplicativos para o Facebook.

Por enquanto, o pedágio se refere apenas aos jogos. Mas e se o Facebook adotar a fórmula para outros tipos de aplicativos? Há razões para imaginar que isso seja possível. Como o site caminha para uma possível abertura de capital, que deve acontecer em 2012, ele precisará a todo custo acelerar a geração de caixa, o que o levará a fazer proezas para diversificar as receitas. Hoje apoiado em publicidade, o faturamento da empresa é de US\$ 2 bilhões.

Na verdade, o que o Facebook está fazendo é criar pedágios para amarrar os desenvolvedores em suas respectivas plataformas, na esteira do que já fizeram nomes estrelados do mundo virtual (leia-se Google e Apple), como observou Marcelo Sanflago, especialista em mídia interativa e sócio da MBreak Comunicação, de São Paulo. "O Facebook primeiro abriu as portas para todos os desenvolvedores e assim se tornou uma plataforma global", diz Sanflago. "Agora, está com a faca e o queijo na mão."