

Jogo eletrônico entra na agenda de ensino

Heloisa Magalhães e Talita Moreira

Carente de infraestrutura de banda larga com qualidade, o Brasil precisa mais ainda de conteúdo para oferecer às escolas de todo país que serão beneficiadas com o acesso à internet. O governo está montando a chamada "agenda digital", que prevê a definição de uma série de parâmetros de estímulo à criação de sistemas, e incluiu os jogos eletrônicos na estratégia. Agora, está em definição o percentual de redução do Imposto de Produtos Industrializados (IPI) que incide sobre os jogos, segundo James Görden, assessor especial do Ministério das Comunicações.

A desoneração do IPI para uma quantidade tão grande de consoles vai exigir contrapartidas dos principais fornecedores. Os fabricantes Microsoft, Sony e Nintendo teriam pedido a redução do imposto, que tem alíquota de 50% sobre o valor dos aparelhos. As três empresas dominam esse mercado e, segundo Görden, fazem uma espécie de barreira de entrada aos desenvolvedores nacionais. Por isso, serão definidas contrapartidas. Uma das medidas em estudo trata do estímulo à instalação de laboratórios dessas multinacionais no Brasil.

"Os 'games' têm poder de educação. Além de estradas com equipamentos que levam o acesso à internet (Plano Nacional de Banda Larga), estamos dando atenção especial à questão do conteúdo que trafega por elas. A lei que foi sancionada ontem (segunda-feira) pela presidente Dilma Rousseff (PLC 116) vai também estimular a criação de conteúdo audiovisual local", disse o assessor do ministério na Futurecom, feira e congresso de telecomunicações que termina hoje em São Paulo.

A Futurecom reúne principalmente operadoras, fabricantes e fornecedores de equipamentos. Ainda é pequena a presença de criadores de software e aplicativos. O foco é em equipamentos, diferentemente do que já acontece no exterior. A tendência é que, com o estímulo à produção nacional de conteúdo, haja uma mudança nesse cenário, principalmente porque foram estabelecidas cotas de produção nacional. Na feira anual de Barcelona, os próprios fabricantes de celulares abrigam desenvolvedores independentes em seus estandes lotados.

As duas maiores concessionárias de telecomunicações brasileiras, Oi e Telefônica, informaram que vão entrar massivamente na oferta de televisão paga, por satélite ou cabo, como agora permite a lei aprovada pela presidente. Mas, nenhuma delas pretende desenvolver ou montar pacotes de conteúdo. "Os pacotes serão de serviços com conteúdo do mercado", disse o presidente da Oi, Francisco Valim. Ele informou que a operadora ainda vai começar a definir os tipos de tecnologia de distribuição, mas já está certo que não vai criar conteúdo. "Vamos ver se levamos fibra até a casa do cliente ou até o condomínio, não sei ainda. O PL acabou de ser sancionado e agora é que vamos definir. Poderemos colocar na rede vídeo sob demanda ou jogos, mas de terceiros, nada de criação própria", disse.

Na avaliação do presidente da Portugal Telecom, Zeinal Bava, a tendência é de colaboração cada vez maior entre operadoras e provedores de serviços de valor agregado. "Há alguns anos, falava-se no Google e na Apple como ameaças às teles. Mas, quem investiu em redes inteligentes tem muito espaço. As operadoras têm sistemas e tecnologia para fazer contato com o cliente", observou o executivo.

Isso não significa que as teles estejam reduzidas ao papel secundário de ser apenas o "tubo" por onde passa o conteúdo produzido por outras empresas. A preocupação das operadoras é desenvolver pacotes e serviços que agreguem valor a esse conteúdo. "A transformação do modelo de negócios é algo que todas as companhias estão fazendo", afirma Bava.

A Portugal Telecom, que faz parte do bloco de controle da Oi, fez um esforço para diversificar seus serviços ao longo dos últimos anos. A operadora apostou na televisão por assinatura e na banda larga de altíssima velocidade. Atualmente, quase metade de sua receita já não depende do tráfego de voz.

A Telefônica também está se movimentando no sentido de diversificar seus negócios. Na semana passada, o grupo espanhol anunciou uma reestruturação interna e uma das mudanças foi a criação de uma divisão de negócios voltada à busca de oportunidades relacionadas à economia digital. Inovação e novos serviços são os focos dessa unidade.

"Queremos explorar todas as possibilidades que o futuro oferece", afirmou o presidente da operadora espanhola, Antonio Carlos Valente. Segundo ele, o objetivo da Telefônica é que, em 2013, os serviços de voz representem 68% da receita, ante 82% no ano passado.

O executivo afirmou que a sanção do PLC 116 pela presidente de Dilma Rousseff abre "perspectivas muito positivas" para os negócios da Telefônica na TV por assinatura. Porém, Valente disse que a companhia vai esperar a regulamentação da nova lei antes de definir os próximos passos. A operadora tem parte da TVA e uma opção de compra da totalidade da empresa.

Eventos esportivos preocupam operadoras e fabricantes

Moacir Drska

Em meio aos desafios relacionados aos investimentos em infraestrutura de tecnologia da informação e comunicações (TIC) para a Copa de 2014 e a Olimpíada de 2016, a potencial explosão do tráfego de dados durante a realização dos dois eventos é uma das principais preocupações de executivos do setor. A avaliação foi feita ontem durante painel realizado na Futurecom, em São Paulo.

Marcelo Mota, diretor de marketing e soluções da Huawei, destacou que o tráfego de dados em eventos desse porte chega a duplicar. "Especificamente durante as competições, esse volume triplica e isso tende a crescer ainda mais com a expansão dos smartphones", disse o executivo.

Rodrigo Uchôa, diretor de novos negócios da Cisco, afirmou que a necessidade de uma banda larga móvel de qualidade é a maior preocupação nesse cenário e acrescentou outros aspectos que devem ser observados. "O país precisa definir que estrutura quer oferecer, e não falo só de telecomunicações, mas também de transportes, saúde e todos os fatores que se relacionam à boa execução dos eventos como um todo", afirmou.

Alexandre Gouvea, executivo-chefe da Atos para o Brasil e América Latina, reforçou que o país ainda não tem um planejamento efetivo de TIC, especialmente para a Copa do Mundo. "A receita é simples e exige antecipação. Estamos atrasados, mas não há como escapar, teremos que recuperar o tempo perdido", disse.

esse contexto, Frederico Bonincontro, diretor de contas da ZTE, ressaltou a necessidade de se definir com urgência as questões relacionadas à implantação das redes de quarta geração de telefonia celular (4G) para atender a esses requisitos. "Temos a oportunidade de acelerar investimentos e antecipar a adoção de novas tecnologias", afirmou o executivo.

Em contrapartida, Leonardo Queiroz, diretor da TIM, disse que esse processo deve ser realizado com cautela, sob a pena de o país ter como legado recursos que acabarão sendo subutilizados. Ele citou a realização recente dos Jogos Militares no Rio de Janeiro, nos quais a TIM foi uma das fornecedoras. "Levamos fibra óptica a vários locais que não tinham acesso a esse serviço e, hoje, 50% dessa infraestrutura está parada. Não adianta investir em tecnologia de ponta se o mercado interno não terá como absorver essa demanda depois dos eventos", observou.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14 set. 2011, Empresas, p. B2-B3.