

Empresas | Tecnologia & Comunicações

Equipamentos Setor de telepresença deve movimentar US\$ 3 bi até 2010, segundo a consultoria Frost & Sullivan

Companhias investem em salas virtuais

Andre Borges
De São Paulo

Esqueça as experiências ruins e limitadas dos atuais equipamentos de áudio e videoconferência, traquinhas usadas diariamente por milhares de empresas em exaustivas reuniões de negócios. Uma nova geração de tecnologias que começa a ganhar espaço nas salas de reuniões de grandes companhias está, definitivamente, reinventando a rotina e a forma de se realizar encontros virtuais, uma tendência que abriu espaço para um novo mercado, o da chamada "telepresença".

O objetivo é oferecer uma experiência o mais realista possível entre dois locais, estejam numa mesma cidade ou em países distantes. Para que isso aconteça, as salas de telepresença são totalmente padronizadas em cada local, desde os recursos tecnológicos, até os aspectos físicos do ambiente, como a cor do carpete e das paredes, o modelo dos móveis e até suas disposições na sala (ver quadro). O resultado desse trabalho quase cinematográfico pode ser observado alguns minutos após o início de uma reunião, quando as pessoas que participam do encontro tendem a simplesmente esquecer de que estão olhando para uma tela de alta definição e passam a conversar normalmente, como se o colega estivesse realmente do outro lado da mesa.

O potencial da telepresença atraiu as lentes dos maiores fabricantes mundiais de equipamentos de informática. Nos últimos meses, companhias como Cisco Systems e Hewlett-Packard (HP) se adiantaram em apresentar suas propostas para criar salas virtuais. A Polycom, tradicional fornecedora de equipamentos de teleconferência, também passou a oferecer produtos den-

Escritório virtual

A estrutura por trás das salas de telepresença

Software

Sistemas são usados para fazer a compressão do conteúdo digital que trafega pela rede. Essa compressão agiliza a troca dos dados em tempo real.

Telas de plasma

A captação é feita por telas de plasma, de alta definição (1080 pixels), com tamanho a partir de 50 polegadas. O vídeo é captado por câmeras direcionadas a cada pessoa que estiver no ambiente.

Projetor

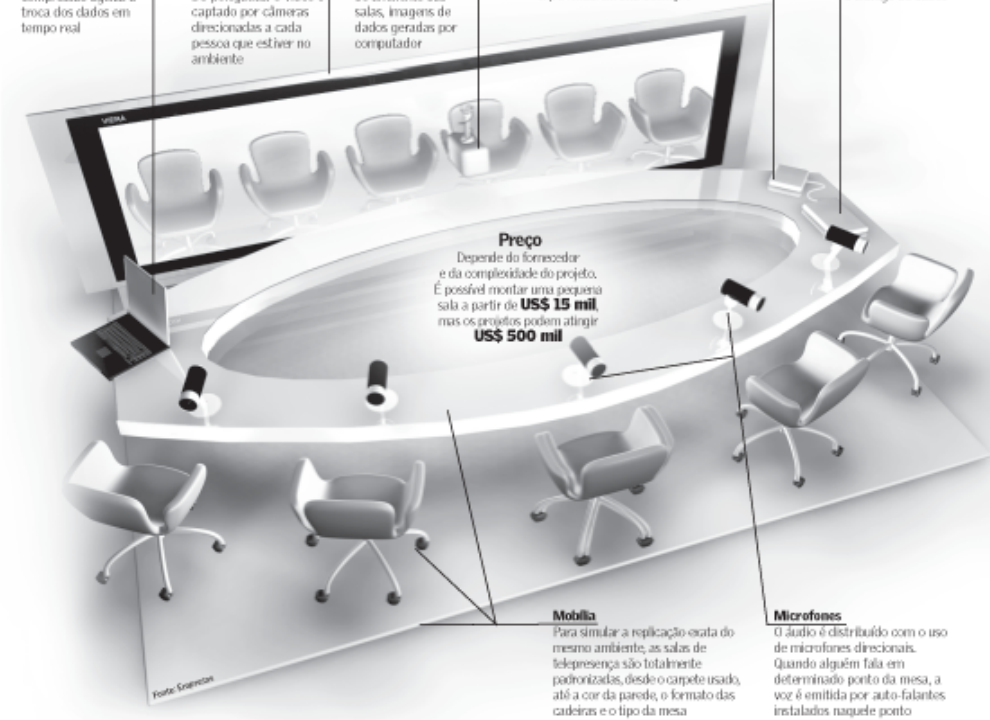
O equipamento permite que os usuários compartilhem, além do ambiente das salas, imagens de dados geradas por computador.

Link

Como todo o tráfego de voz e imagem se dá pela rede de internet, exige-se um link de alta capacidade. Com um link de 15 megabytes, é possível realizar uma boa experiência em alta definição.

Roteador

O dispositivo é usado para fazer a comunicação entre as salas e gerenciar o tráfego de dados.



Preço

Depende do fornecedor e da complexidade do projeto. É possível montar uma pequena sala a partir de US\$ 15 mil, mas os projetos podem atingir US\$ 500 mil.

Mobiliário

Para simular a replicação exata do mesmo ambiente, as salas de telepresença são totalmente padronizadas, desde o carpete usado, até a cor da parede, o formato das cadeiras e o tipo da mesa.

Microfones

O áudio é distribuído com o uso de microfones direcionais. Quando alguém fala em determinado ponto da mesa, a voz é emitida por auto-falantes instalados naquele ponto.

do novo conceito. Apesar do preço salgado, que inibe a popularização das salas de telepresença — os projetos podem variar facilmente da casa dos US\$ 15 mil aos US\$ 500 mil —, já não faltam interessados.

A Procter & Gamble contratou

a Cisco para montar 40 escritórios de telepresença, distribuídos em 23 países. O trabalho, que foi executado pela integradora de sistemas Dimension Data, também englobou salas de reunião no Brasil. Outras multinacionais também estão virtua-

lizando seus escritórios no país. É o caso da Telefônica, da Brasil Telecom e da IBM.

"Trouxemos as primeiras versões do nosso produto há apenas seis meses para o país", diz Pedro Ripper, presidente da Cisco Brasil. "Hoje estamos em negociação

com 15 companhias nacionais."

Além do preço dos equipamentos, outro obstáculo que ainda limita o acesso às salas virtuais é a necessidade de links de internet com alta capacidade de tráfego. Na sala de telepresença, todo o conteúdo de imagem e som tra-

vega pela rede da web (IP), o que, em muitas ocasiões, pode exigir um link superior a 10 megabytes para que a experiência aconteça sem atrasos ou paralisações. Os fornecedores têm reagido para resolver o problema. "Já temos sistemas de compressão de dados que permitem trafegar conteúdo de alta definição em redes de menor capacidade", comenta Marcos Del Bianco, diretor geral da Polycom do Brasil.

A Polycom, que está no país desde 2001, detém um base de aproximadamente 1 mil clientes de seus sistemas de teleconferência no país. A ideia agora é oferecer recursos mais sofisticados para essa base. O mesmo movimento será feito pela Seal Telecom, que distribui equipamentos da americana Life Size. "Vendemos 1,6 mil equipamentos de videoconferência no ano passado, 15% envolviam imagem de alta definição", diz Douglas Miranda, diretor comercial da Seal Telecom. "Neste ano venderemos 2 mil produtos, dos quais um terço serão máquinas mais sofisticadas."

Os negócios de telepresença também entraram nas prioridades da HP, que há três meses apresentou uma nova versão do seu "Halo Collaboration Center". A sala virtual já é usada por diversas empresas, entre elas AstraZeneca, ABN Amro, AMD, Novartis, PepsiCo e BHP Billiton, mineradora que também montou a sua sala no Brasil.

Por trás dos projetos virtuais estão os números reais tão cobijados pelas gigantes de tecnologia. O mercado mundial de telepresença, segundo estudo da consultoria Frost & Sullivan, deverá movimentar US\$ 3 bilhões até 2010. Na América Latina, o segmento deve atingir US\$ 27,8 milhões de receitas em 2013, resultado de uma expansão anual superior a 70%.



Paulo de Tharso Lazzari Guarini, diretor da EyeMotion: dez projetos serão finalizados até o fim deste ano

Holograma sai das telas de cinema para ilustrar eventos

De São Paulo

O uso de imagens virtuais no mundo dos negócios não está confinado às salas de reuniões. A holografia, técnica de exibição de imagens em três dimensões até então popular em filmes futuristas, começa a ganhar espaço em exposições, convenções e auditórios de empresas.

Há quatro meses, a brasileira EyeMotion começou a representar a tecnologia de exibição holográfica da inglesa Musion no país. O sistema, que foi utilizado durante a exposição dos 50 anos da Bossa Nova, em São Paulo, atraiu a atenção do mercado, e a empresa já está com uma série de eventos agendados até o fim do ano. "Faremos pelo menos 10 exposições até dezembro", diz Paulo de Tharso Lazzari Guarini, diretor da EyeMotion.

Usada por empresas como Toyota e General Motors para apresentar lançamentos mundiais de carros, a holografia dos ingleses tem cobrado o preço de

tanta novidade. Apenas a película usada para a exibição de imagens, acompanhada de seu projetor tem custo inicial de R\$ 150 mil, comenta Guarini.

O mistério em torno da tecnologia é total. Embora represente a tecnologia da Musion no país, EyeMotion desconhece, por exemplo, de que material é feita a película e até mesmo onde é fabricada. "Sabemos apenas que é produzida em uma fábrica na Alemanha, mas não sabemos quem faz o produto."

Para trazer a película ao Brasil, a EyeMotion importa bobinas com metragens do material. "Todo cuidado é pouco", diz Guarini. "Embora a instalação exija que a película seja esticada em uma tensão de quatro toneladas, o material perde totalmente a sua propriedade se alguém encostar um dedo na superfície." Os ingleses acompanham tudo de perto. Após o uso, tudo tem que ser recolhido, embrulhado e enviado de volta à Inglaterra. "Eles exigem o con-

trole total da tecnologia."

A projeção em três dimensões sem o uso de película também deve começar a ganhar espaço em eventos de empresas. Uma das novidades nessa área é um sistema criado pela americana Total Immersion.

O programa mistura objetos virtuais com o cenário real, produzindo um ambiente único, facilitando a interação de elementos físicos com gráficos imagens virtuais. No ano passado, a tecnologia foi citada pela fabricante de processadores Intel como uma das inovações mais interessantes de 2007. "É algo tão novo e diferente que, quando vamos vender um projeto, temos dificuldades de explicar como o sistema funciona", comenta Guarini, que também licenciou o sistema para o mercado nacional.

A holografia, popularizada pelo cinema americano, foi criada pelo físico húngaro Dennis Gabor, em 1949, feito que lhe rendeu o Prêmio Nobel de Física em 1971. (AB)