

O FUTURO DA GESTÃO DA INFORMAÇÃO A BORDO

O projeto E-Cab poderá provocar o grande salto da indústria aeronáutica europeia em termos de serviços para os passageiros.

Adaptação:
Ernesto Klotzel



Serviços pessoais

Os desenvolvimentos recentes em conectividade nas cabines prometem mudar para sempre a experiência de voo do passageiro.

Grandes mudanças se acham em curso no universo do entretenimento de bordo ou embarcado (IFE). Para começar, o setor deixou de se autointitular "indústria IFE".

Mesmo fabricantes consagrados como a Panasonic Avionics e a Thales se consideram parte da comunidade IFEC. O "C" significa "comunicações" ou "conectividade" – uma tecnologia que foi elevada a um novo nível de importância com o número crescente de companhias aéreas que adotaram sistemas da Aircell, AeroMobile, OnAir e Row 44 –, a despeito de seu histórico de falhas no campo, incluindo o serviço Connexion da Boeing.

A febre da conectividade embarcada, aliada à proliferação do uso de smartphones pelos passageiros e outros dispositivos eletrônicos pessoais (PED), levou alguns analistas da indústria a sugerirem que o IFE integrado à aeronave pode se tornar sucata.

O professor John Hansman, que dirige o Centro Tecnológico Internacional para o Transporte Aéreo no Massachusetts Institute of Technology, colocou o IFE instalado em evidência quando sugeriu que as companhias aéreas se mostrariam preparadas ao criar facilidades para que seus passageiros

possam acessar a mídia armazenada nos servidores ou na internet, utilizando dispositivos próprios.

Mas, enquanto a conectividade isolada sempre atrairá um certo número de clientes, os fabricantes de IFE não temem que a tecnologia decretará sua extinção – bem ao contrário, segundo o que o setor discutiu na conferência e exposição anual da Associação Mundial de Entretenimento na Aviação Comercial (WAEA), realizada de 5 a 8 de outubro em Palm Springs, Califórnia. No evento, os maiores acionistas debateram como dominar a conectividade e dar às companhias aéreas algo de realmente novo – a capacidade de personalizar a experiência do passageiro em tempo real.

"Como provedores de sistemas IFE inseridos nas aeronaves, não nos sentimos ameaçados pela conectividade", diz Neil James, diretor executivo de Vendas Corporativas e Marketing da Panasonic. "Queremos abraçá-la. A conectividade a bordo das aeronaves vai revolucionar a experiência proporcionada pela cabine do mesmo modo como a internet revolucionou a maneira com que operamos em nossas casas ou escritórios. Não acho que exista uma só aplicação em nossas aeronaves que não seja acentuada pela conectividade. Todas as oportunidades que existem para envolver o passageiro com o IFE e a experiência que está vivendo a bordo podem e serão acentuadas pela conectividade."

Não é difícil entender porque a conectividade em voo está se destacando no mundo IFE. Nos EUA, onde existe uma rede ar-terra "dedicada" e onde os gastos com o IFE têm sido tradicionalmente difíceis de digerir pelas companhias aéreas, a Aircell conquistou sete clientes com seu Gogo: um sistema internet de banda larga. A companhia aérea do Canadá, Air Canada – oitavo cliente –, deve iniciar os primeiros testes com o Gogo ainda este ano.

Um pequeno grupo de companhias aéreas dos EUA resistiu à onda da banda larga, preferindo a oferta inicial de serviços de televisão ao vivo via satélite e da conectividade básica para e-mail. No entanto, não se pode negar o impacto do Wi-Fi embarcado nos EUA, quando até uma low-cost como o Southwest Airlines está dando um salto em direção à conectividade, com um acordo para equipar sua frota de 550 aeronaves com um sistema baseado em satélite Banda Ku da Row 44.

Pagando pelo serviço

No entanto, podem existir algumas nuvens no horizonte para estes players da conectividade, porque o modelo de negócios para os serviços de bordo pagos não parece ter se concretizado como esperado.



"Parece que agora as pessoas estão chegando ao mesmo ponto de vista que defendemos desde 2006, de que não existirá receita suficiente de usuários da banda larga de bordo para que tanto os provedores da rede como as companhias aéreas possam ter lucro diante dos custos de aplicação do equipamento e de operação da rede – como a Boeing descobriu após gastar entre 1 e 2 bilhões de dólares com seu Connexion", afirma o consultor Tim Farrar. "Nossa opinião era a de que somente companhias aéreas interessadas em oferecer um serviço diferenciado poderiam justificar os custos envolvidos. Aparentemente, até o momento, os principais provedores de serviços – Aircell e Row 44 – não só têm instalado gratuitamente os equipamentos como oferecido às companhias aéreas parte de suas receitas. Não é de admirar que esta proposta imbatível tem levado a comprometimentos de instalação em âmbito global nas respectivas frotas por parte da maioria das companhias aéreas mais importantes dos EUA."

A Aircell nunca divulgou os detalhes de suas transações com as companhias aéreas.

Fora dos EUA, um grande número de companhias aéreas na Ásia, Europa e Oriente Médio estão equipando suas aeronaves com sistemas de conectividade de telefonia móvel com suporte de satélites Inmarsat Banda-L, que estão sendo oferecidos pelos rivais AeroMobile e OnAir.

A companhia aérea premium Emirates, dos EAU, equipou cerca de 50% de sua frota com a conectividade proporcionada pela AeroMobile, possibilitando aos passageiros utilizar seus celulares em voo para efetuar e receber mensagens de voz e textos curtos. Enquanto isso, a Ryanair, gigante low-cost da Irlanda, está instalando os serviços GSM/GPRS da OnAir, que contam com o suporte do serviço SwiftBroadband de 432 bit/s, faixa de frequência superior do Inmarsat.

Gerenciamento da internet

O SwiftBroadband não pode proporcionar ao passageiro o grau de intensidade e alta velocidade da internet a que ele se acostou em terra, mas pode dar suporte às ofertas de "gerenciamento da internet" como o do sistema Oi da Arinc ou da Internet OnAir, prestes a ser

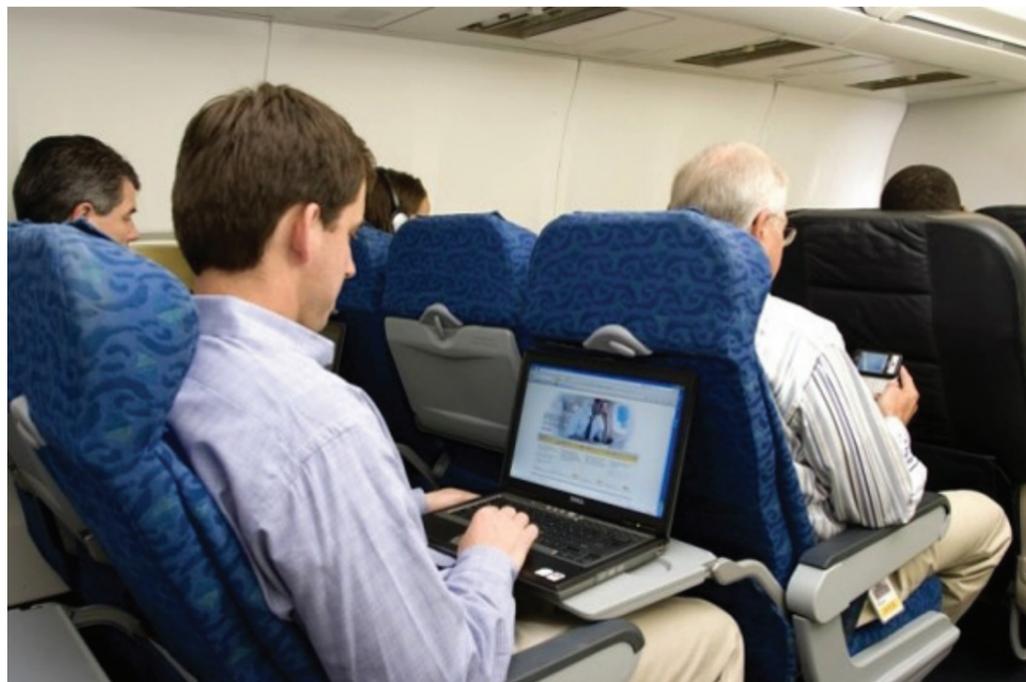
Detalhe do ticket do sistema Gogo da American Airlines. Preço do serviço de acordo com as horas de voo.

Ainda em terra, durante o check-in, o passageiro pode optar pela compra de utilização da internet a bordo.

A Delta instalou em seus novos Boeing 777-200LR vários sistemas de entretenimento de bordo.



Portáteis de diversos tamanhos, como notebooks e celulares, utilizam em voo o sistema Aircell.



ativado nos Airbus A380 da Qantas até o final do ano. "Não nos referimos ao download de filmes, mas será mais do que suficiente para navegar pela Web", afirma Benoit Debains, presidente da OnAir.

O dirigente dos negócios de marketing aeronáutico Lars Ringertz revela: "não somos sexy e tampouco apresentamos o prato do dia, mas a lista de aviônicos certificados não para de crescer".

Ainda no cenário internacional, as companhias aéreas estão recebendo ofertas de sucessores do Connexion em Banda Ku, inclusive Row 44, cujo sistema de alta velocidade foi adotado pela companhia aérea de baixo custo Norwegian para a sua frota de aeronaves Boeing 737-800 e ViaSat.

A Aircell afirma que está desenvolvendo um sistema Ku para permitir a companhias aéreas clientes, atuais e futuras, oferecer a seus passageiros serviços de banda larga em voos transoceânicos.

"O desenvolvimento da tecnologia não se encontra em estágio tão avançado como o ATG (ar-terra), mas está chegando perto e continuamos focados no mercado offshore sobre a água", diz o vice-presidente executivo da Aircell, John Happ.

Abandonando seu papel tradicional de fornecedor de hardware e software para IFE, a Panasonic também está se identificando como provedor de serviços de conectividade.

O fabricante – segundo o que tudo indica – está se preparando para reacender o serviço CBB da Lufthansa e firmou outros acordos não revelados envolvendo seus sistemas Banda Ku, ex-Connect, que constituem a base de um elenco de comunicação global (GCS), que compreende internet de banda larga, distribuição de sinais de TV em voo em âmbito mundial e conectividade embarcada para telefonia móvel. A conectividade móvel é oferecida em parceria com a AeroMobile.



Além da aviação comercial, jatos executivos também estão recebendo sistema operacional para conexão a bordo, caso do Dassault FalconJet.



A primeira classe da Swiss oferece vários pontos de conexão para os mais variados aparelhos, como máquinas fotográficas que exibem fotos em grandes telas de LCD.

O GCS Panasonic pode ser adotado como um todo ou em parte, como sistema isolado ou integrado com o sistema IFE e X2 da empresa.

Patrick Brannelly, vice-presidente de Comunicação para Passageiros da Emirates, que oferece serviços IFE Panasonic integrados em toda a frota, afirma: "Eu acho que coisas como o SMS vão obviamente migrar para os dispositivos pessoais, por ser mais conveniente. Mas o que já foi realizado pela Panasonic é considerável, como mudar seu sistema de simples entretenimento, tornando um importante ponto de convergência na rede da respectiva companhia aérea".

Sare, da Thales, reforça: "Se eu, como passageiro, decido interagir com meu celular porque gosto, eu o farei. Ou, se no momento, posso usar a tela sensível ao toque à minha frente ou se for a pessoa que tem a oportunidade de viajar na primeira classe talvez utilize meu controle remoto para fazer a chamada com o auxílio da tela de 23 ou 32 polegadas à minha frente".

Os fabricantes de células estão profundamente envolvidos nas discussões sobre conectividade. A Airbus, por exemplo, acredita que a infraestrutura de conectividade deve se tornar parte da espinha dorsal da aeronave para permitir maior abrangência na funcionalidade, para efeito da conectividade e para o IFE. "Como um facilitador para concretizar esses benefícios, nossa filosofia é a de separar o sistema de conectividade (Wi-Fi e/ou GSM) da opção em sistemas IFE", afirma Norris, da Airbus. Ele reforça: "Esta separação daria às nossas companhias-clientes a opção de escolha entre os sistemas IFE 'clássicos' integrados, semi-integrados ou totalmente portáteis ou até depender totalmente dos dispositivos eletrônicos pessoais (PED) dos passageiros a fim de trazer para bordo o conteúdo de entretenimento".

Audiência cativa

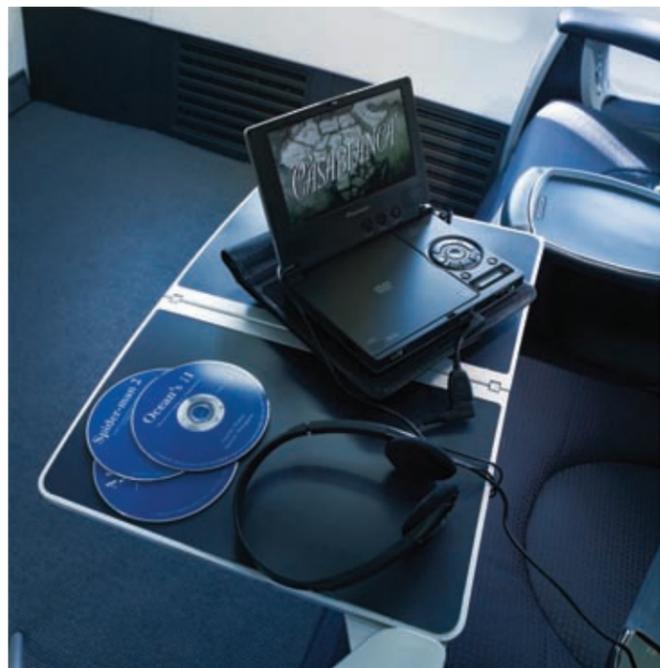
Qualquer que seja o enfoque, a conectividade vai abrir caminho para que a comunidade IFEC realmente possa personalizar a experiência de voo do passageiro, permitindo à companhia aérea auferir os benefícios de poder contar com uma audiência conectada, embora também cativa.

Observadores industriais vislumbram, em futuro não muito distante, uma era em que os passageiros poderão acessar seus próprios perfis pessoais, os itinerários de viagem, o elenco de entretenimento pré-gravado ou ao vivo, a comunicação de voz e de dados, ao networking social e às compras, por meio do monitor portátil no encosto da poltrona ou ainda utilizando seus próprios dispositivos eletrônicos.

Utilizando as informações obtidas no ponto de venda de passagens ou programas de fidelidade, as companhias aéreas serão capazes de adequar ao máximo o "conteúdo de voo" – inclusive a



O símbolo da rede Wi-Fi está sendo cada vez mais difundido entre as empresas aéreas.



O AVOD (Audio/Video On Demand) portátil continua sendo oferecido como opção em muitas empresas aéreas.

propaganda – para atender ao gosto e preferência dos seus passageiros.

A cabine conectada será um lugar onde a tripulação de cabine, equipada com dispositivos sem fio, saberá o que cada passageiro deseja beber antes mesmo que ela ou ele manifeste seu desejo, em que as eventuais reclamações podem ser atendidas com presteza, os recibos emitidos com a maior tranquilidade e as reservas modificadas com o toque de um botão.

“As companhias aéreas querem estabelecer um relacionamento personalizado frente a frente com seus passageiros”, garante Michael Planey, consultor IFEC. “Em minha opinião, este tem sido o ‘cálice sagrado’ do mercado.”

“O motivo pelo qual um sistema IFE integrado é valioso é porque atinge cada poltrona de uma cabine – consequentemente, cada passageiro a bordo. Mesmo se todos trouxessem para bordo seus próprios aparelhos, alguns entre eles poderiam não ter sido registrados e estariam recebendo mensagens (da companhia aérea) enquanto se pode mandar tudo para o passageiro via sistema IFE e ter a certeza de que uma porcentagem maior de passageiros acabará vendo o conteúdo.”

Richard Owen, ex-diretor executivo da WAEA observou: “O que a Thales, a Panasonic ou qualquer uma das companhias aéreas estão fazendo com o IFE é assegurar as condições que permitam que continuem chamando a atenção para o sistema em que fizeram pesados investimentos. Uma das maneiras de fazê-lo – à medida que a conectividade se torna mais comum – é a de conectá-la com os diversos dispositivos eletrônicos que as pessoas trazem para bordo. Se você não se adapta e muda os produtos de acordo com as mudanças na tecnologia, você se torna obsoleto”.

Uma das maneiras para transformar o “IFE

conectado” em fonte de renda seria a de oferecer aos passageiros uma experiência gerenciada na Web, sugere John Wensveen, reitor da Escola de Aviação da Dowling College de Nova York.

Isso permitiria às companhias aéreas firmar acordos interativos de marketing com parceiros como locadoras de veículos, restaurantes e operadores de atrações turísticas e ficar com uma fatia de cada transação concluída a bordo, afirma Wensveen.

Estratégias visando receita

Porém, para agir desta forma, as companhias aéreas podem ser obrigadas a adotar estratégias de receita que diferem do modelo padrão de negócios tipo “fee em troca de serviços” aplicado atualmente pela Aircell, por exemplo.

Shashank Nigam, executivo-chefe da SimpliFlying, empresa de marketing aeronáutico global e consultoria de branding, diz: “Sou da opinião de que o serviço Wi-Fi de bordo deve ser oferecido gratuitamente e as companhias aéreas devem considerá-lo como uma plataforma para gerar receita adicional.

“Uma vez que se tenha pessoas na internet, seja via dispositivos eletrônicos pessoais (PED) ou tela IFE, a companhia aérea pode cobrar um fee pela transação.

“Se estou apenas verificando meu e-mail, talvez não tenha de pagar, mas se estou acessando o Facebook, assistindo a TV ou fazendo o download do Kindle, dispositivo sem fio para leitura da Amazon (uma ocorrência normal), a companhia aérea poderia cobrar uma comissão.”

“Assim o acerto, neste exemplo, seria feito entre a companhia aérea e a Amazon e toda vez



O touch-screen handset foi desenvolvido para operar com o sistema IFE Panasonic X.



A Alaska foi uma das primeiras a oferecer os serviços de banda larga nos Estados Unidos.



que alguém faz uma compra deste endereço, a companhia aérea fatura uma comissão. É como na Disneyland ou na Universal Studios, invertendo a ordem: você entra de graça e aí passa a pagar pelas coisas que deseja.”

As companhias aéreas também poderiam utilizar as aplicações conectadas para diferenciar suas experiências em voo para os clientes da primeira classe ou passageiros frequentes. “A companhia aérea mantém cativos os clientes mais fiéis durante uma parte do tempo”, diz Nigam. “Com o advento do Wi-Fi embarcado e toda disponibilidade de networking, toda experiência de branding melhorou consideravelmente.”

A Virgin Atlantic é o melhor exemplo de uma companhia aérea que utiliza sua conectividade embarcada para levar seu sistema IFE integrado a um nível superior, numa tentativa de aprimorar a experiência do passageiro e aumentar sua receita. O sistema Red IFE, com base no Linux fornecido pela Panasonic para a companhia baseada em San Francisco, oferece interatividade por meio

de tela sensível ao toque e controle remoto com diversas opções de conteúdo, incluindo televisão ao vivo via satélite, canais especiais pré-gravados, filmes sob demanda, TV Premium, música sob demanda, videogames, Google Maps funcionais e menu sob demanda – único em sua categoria.

“Outra coisa que estamos explorando é tornar o Red uma experiência customizada para as pessoas”, explica a Virgin America, que já equipou sua frota de Airbus de cabine estreita (narrowbody) com o sistema Gogo da Aircell. “Você pode criar sua própria lista de entretenimentos e pedir sua comida agora, porém, potencialmente, fazendo um link destas informações com as contas dos programas de passageiros frequentes, podemos customizar a preferência das pessoas e customizar o planejamento. Ao oferecer maior integração com a conectividade, obtém-se uma grande variedade de itens que podem ser realizados em tempo real.”

Segundo a Virgin America, a autenticação de cartões de crédito em tempo real utilizando o link ar-terra do Gogo também permitirá que ela possa comercializar produtos mais finos, de custo maior.

Happ, da Aircell, explica: “A Virgin America começou com o IFE, mudou rapidamente para o Aircell e desde então os tem considerado como parte de sua estratégia de entrelaçar os dois serviços para criar uma proposta de valor diferenciado”.

Definição do branding

A Virgin America está utilizando o IFEC em uma cabine cujo interior atrai pela diferenciação e pelo estilo, para definir seu brand com destaque.

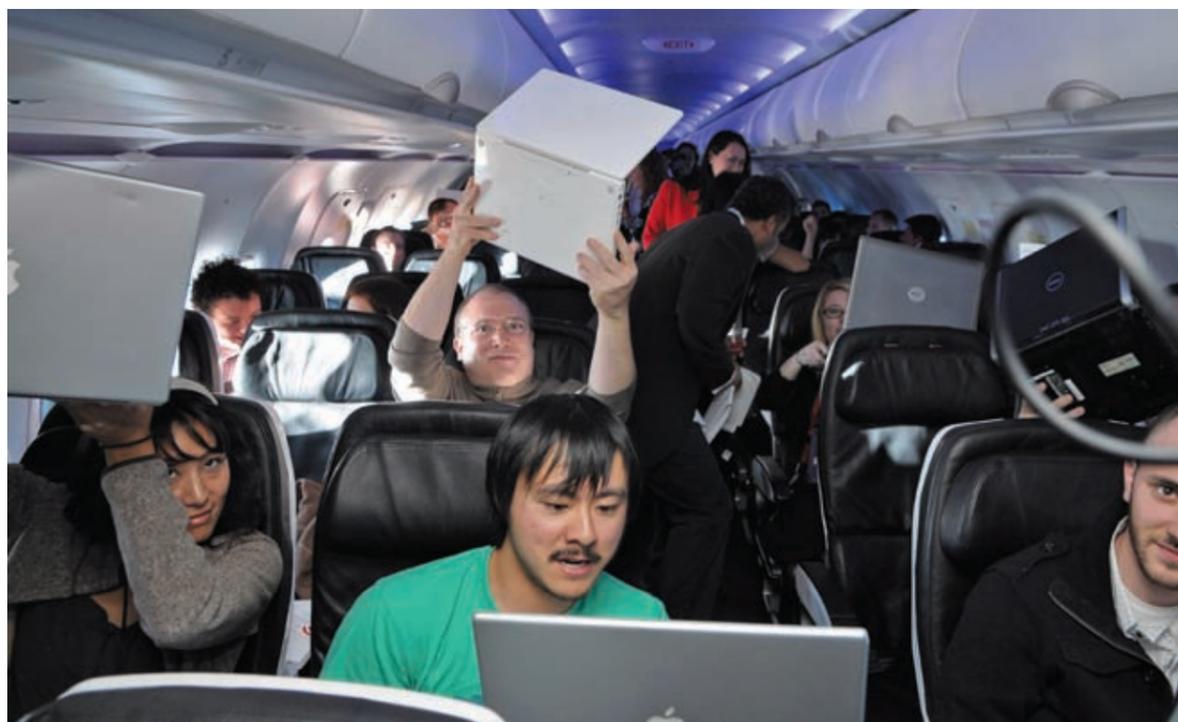
As companhias aéreas estão começando a compreender que o interior e a tecnologia das cabines fazem parte do branding, afirma Nigel Goode, sócio-fundador da consagrada Priestmangoode, empresa de design de interiores de aeronaves. No entanto, a tecnologia “não deve ser mais um mero adendo, devendo sempre justificar sua presença”, diz Goode.

Um bom exemplo do encontro da forma com a função é o teclado virtual da I-Tech que a Priestmangoode oferece às companhias aéreas que estão levando a conectividade móvel para bordo de suas aeronaves.

Utilizando a tecnologia laser, a imagem em vermelho vivo de um teclado é projetada de um dispositivo que se conecta a um telefone móvel portátil ou “assistente digital pessoal” (PDE). A tecnologia de detecção, baseada no reconhecimento ótico, permite aos usuários digitar a imagem das teclas – o teclado virtual se comporta como um teclado real.

“A finalidade principal de se utilizar a tecnologia em uma aeronave ou em qualquer outro projeto de transporte aéreo é tornar a viagem do passageiro muito mais fácil”, explica Goode. “Quando estamos projetando alguma coisa, estamos considerando os problemas com relação a eventuais questões dos passageiros. Se uma companhia aérea pode utilizar a tecnologia para auxiliá-los, ela está justificando plenamente sua aplicação.”

Durante a etapa de testes, a Virgin America convidou várias pessoas para usarem seus aparelhos eletrônicos a mais de 35 mil pés de altitude.



Europa atenta às cabines -E

Um abrangente projeto europeu que tem como objetivo maximizar as eficiências do transporte aéreo comercial e melhorar a experiência do passageiro – tanto no ar como na terra – está se aproximando de seu final após um trabalho de três anos e um bem-sucedido teste ao vivo.

Financiado em parte pela Comissão Europeia, o chamado projeto E-Cab é um esforço cooperativo da Airbus, EADS, Cranfield University, OnAir, SITA, TriaGnoSys e dezenas de outros parceiros e acionistas que, juntos, estão procurando criar “a gestão de informação sem papel do futuro” ao interconectar eletronicamente cadeias logísticas em quatro áreas: movimentação de pessoas em aeroportos, serviços de passageiros, movimentação da carga e serviços de comissaria (catering).

A Delta utiliza o sistema Gogo com preços bem convidativos para acesso da rede sem fio a bordo.



Técnicos da Aircell e da Boeing conferem a instalação do dispositivo externo para o uso da internet em um Boeing 737-700.

O diretor-gerente da TriaGnoSys, Axel Jahn, diz que as ideias e a tecnologia em torno do E-Cab cobrindo, por exemplo, o check-in e embarque móveis, o monitoramento RFID da bagagem e a pré-seleção das refeições “já existiam, porém ninguém realmente as combinou para formar uma rede de comunicação para abranger completamente toda a experiência de viagem do passageiro”.

Isso foi possível por meio de uma demonstração para as companhias aéreas da Europa e alguns aeroportos, realizada em junho no centro de testes de cabine da Airbus. Por seu lado, a TriaGnoSys mostrou como seu sistema embarcado 3G pode acolher uma grande variedade de aplicações em comunicação para passageiros e tripulantes, enquanto um gerente de comunicações poderia controlar toda a comunicação – baseada em satélites – dos passageiros, tripulantes de cabine e dados do IFE recebidos ou transmitidos da aeronave durante o voo.

“Como passageiro, você deve ter a mesma percepção, o mesmo conhecimento, seja utilizando um smartphone como o iPhone, um laptop ou mesmo o sistema de entretenimento de bordo”, diz Jahn. “Assim como seu smartphone pode ser atualizado com conteúdo vivo – inclusive com as informações mais recentes sobre aeroportos e voos –, filmes, música e propaganda, utilizando as comunicações via satélite, o mesmo também se aplica ao sistema IFE. Em aeronaves em que não existem telas IFE, seria preciso um acesso de alta velocidade para assistir aos vídeos exibidos a bordo, o que significa tarifas mais elevadas para aparelhos portáteis, o que, por sua vez, corresponde à mudança de parte da arquitetura de terra para a aeronave para obter os mesmos resultados do sistema IFE”.

Os novos componentes de terra em aeronaves são os “nós” GSM de dados, bem como os servidores de conteúdo.

Devido ao fato de a arquitetura e o protocolo para a rede embarcada serem completamente “agnósticos”, a conexão em voo pode ser mantida por um link Banda-L, Banda Ku ou ar-terra (ATG).

Os parceiros E-Cab esperam que aeroportos e companhias aéreas acolham algumas destas tecnologias para melhorar a experiência do passageiro, além de ganhar em eficiência através da economia resultante.

O gerente de projetos E-Cab da Airbus, Reiner Rueckwald, afirma que a bem-sucedida demonstração “abre caminho para que a indústria aeronáutica da Europa possa dar um salto em termos de serviços para passageiros e as respectivas eficiências que podem ser atingidas”.

Os parceiros do projeto partem agora para a comercialização de seus desenvolvimentos.

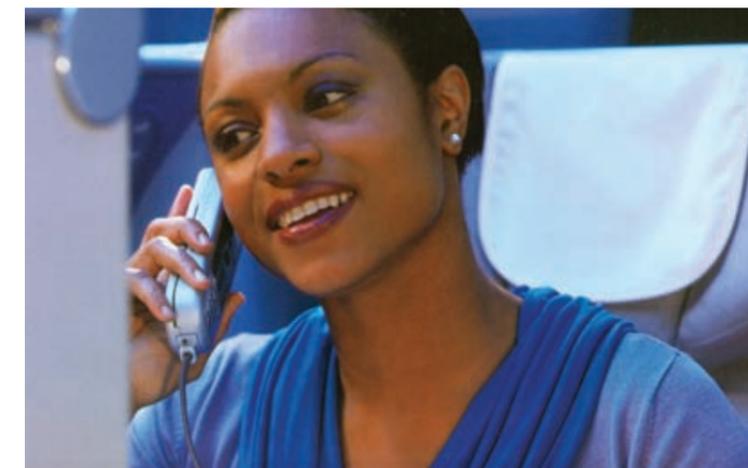
JetBlue e Continental – as exceções

“Se todos estão fazendo ‘zig’ com a internet embarcada, então a Continental Airlines e a JetBlue Airways estão fazendo ‘zag’”. É assim que Nate Quigley, executivo-chefe da LiveTV, subsidiária da JetBlue, descreve a decisão das duas companhias aéreas de oferecer ao passageiro televisão via satélite ao vivo, apresentada em telas nos encostos das poltronas, em lugar da conectividade de alta velocidade por meio de equipamentos eletrônicos pessoais em voos domésticos. A JetBlue sempre ofereceu, gratuitamente, TV ao vivo e acredita que isso lhe confere um diferencial competitivo.

Há alguns anos, entretanto, a administração da companhia decidiu “soltar a águia dentro da gaiola do canário”, permitindo que a LiveTV vendesse indiscriminadamente seus produtos. A LiveTV conquistou seu primeiro cliente entre as tradicionais companhias aéreas dos EUA quando a Continental assinou um contrato para a aquisição do LTV3, seu mais novo sistema de TV ao vivo, que foi instalado em todos os Boeing da frota doméstica.

Tornando disponíveis quase 80 canais de TV ao vivo – ao custo de 6 dólares na classe econômica e gratuito para a primeira classe –, a LTV3 supera em muito os atuais 36 canais oferecidos pela JetBlue sob o ponto de vista da tecnologia. Caso consiga as necessárias licenças de conteúdo,

A Emirates já oferece telefonia própria a bordo para seus passageiros. A empresa também já equipou 50% da frota com a conectividade da AeroMobile, para enviar e receber mensagens de voz e textos curtos via celular.





Em voos de média e longa distância, a conectividade é uma ferramenta indispensável para muitos executivos. Para entretenimento, opção para baixar músicas, vídeos e acessar portais de informação.

do, a LTV3 poderia, segundo Quigley, dotar cada cabine da Continental com até 200 canais.

Para incrementar seus serviços de TV ao vivo, a JetBlue e a Continental pretendem apresentar seu sistema Kiteline de e-mail, comunicação básica ar-terra (ATG) da LiveTV. Desde dezembro de 2007, ele cumpre um programa de testes a bordo de um Airbus A320. No entanto, ao contrário de suas congêneres na indústria da aviação dos EUA, nenhuma das duas companhias formalizou um plano para oferecer uma internet de banda larga a bordo de suas aeronaves.

"Está claro que as coisas caminham em direção ao Wi-Fi", afirma o presidente da Continental, Larry Kellner. "O que ainda não é claro é qual a sua demanda. Nossa meta tem sido a de dotar nossa frota doméstica com LiveTV e fazer os blackberry trabalharem. Desta forma, poderíamos ter blackberrys ou iPhones que podem operar sem fio para captar as mensagens. É isso o que vem a ser o Kiteline. Nossa esperança é de que possamos fazer tudo isso sem cobrar. Se for exigida uma banda ainda mais larga e nós olharmos e ouvirmos nossos clientes, nós vamos instalá-la. Gostaríamos de fazê-lo em conjunto com a LiveTV se for esta a decisão com relação à melhor solução."

Quigley revela que a LiveTV pretende tornar-se uma empresa importante na indústria da banda larga de bordo. "Mas achamos que as tendências em terra realmente são importantes para nós", diz ele. "Em terra, as pessoas que-rem mais e mais bits e estão dispostas a pagar menos e menos por eles. A conectividade que se coloca agora na aeronave vai precisar permanecer lá por um longo período."

A este respeito, a empresa acredita hoje que a largura da banda e os custos associados para trazer para os EUA a conectividade da Banda Ka são mais atraentes do que aqueles provenientes

do sistema de banda larga da Aircell e do Row 44.

"Achamos que o Aircell não tem um número suficiente de bits e que os bits do Row 44 serão muito caros. Com o Ka, penso que, finalmente, podemos fazer funcionar nosso modelo de negócios", diz Quigley, lembrando que já existe uma infraestrutura instalada para o satélite Ka e que novos satélites Ka serão lançados em 2010 e 2011. Ninguém deve se surpreender se uma solução com a Banda Ka voar em 2010."

Cassino no céu, uma questão recorrente

Uma aposta vitoriosa para as companhias aéreas – permitir o jogo a bordo.

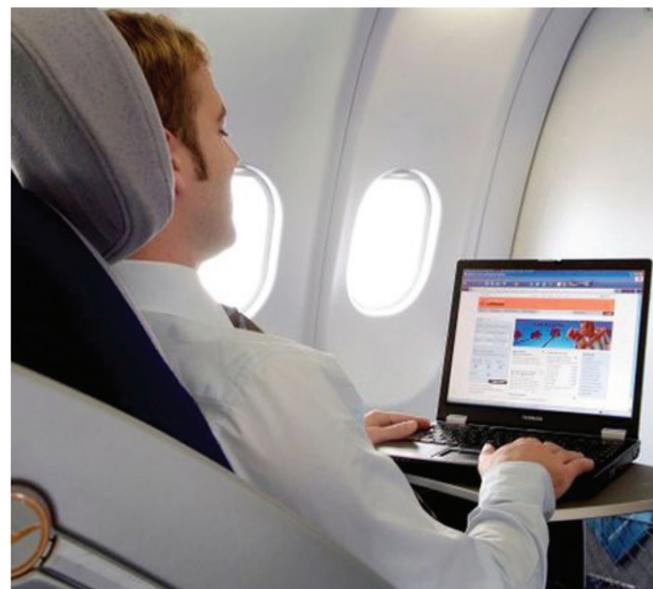
Durante muitos anos as companhias aéreas têm sonhado (e certamente debatido) a eventual oferta de jogos de habilidade e de azar durante o voo. No entanto, as barreiras tecnológicas e da regulamentação combinadas aos riscos financeiros foram responsáveis por manter a grande maioria das companhias aéreas longe do pano verde.

Mesmo os mais agressivos "garimpeiros" de receitas paralelas, como a Ryanair – que pretende dominar os serviços de conectividade móvel da OnAir para jogos a bordo –, são da opinião de que a proposta "ainda vai tardar uns três ou quatro anos".

Enquanto os interessados continuam a explorar as várias maneiras para transformar uma aeronave em um cassino virtual no céu, existe uma "cartada" que não envolve apostas pesadas à disposição das companhias aéreas.

A digEcor, fabricante de equipamentos portáteis para o entretenimento de bordo (IFE), estabeleceu parceria com a Flight Deck Gaming de Los Angeles para oferecer aos passageiros o que afirmam ser "experiências memoráveis de jogo" e ainda fontes paralelas de receita para as

Em 2010 a Lufthansa vai colocar em serviço o Flynet, serviço de internet via satélite para navegar e enviar e-mails e arquivos, inclusive anexos sem limites. Tarifa fixa por hora ou mensal, cobrada no cartão de crédito.



companhias aéreas. Sob uma nova e exclusiva parceria, a Flight Deck Gaming está preparando um elenco de jogos casuais, baseados em habilidade, bem como jogos à semelhança dos cassinos (ou "jogos de chances") para os dispositivos portáteis IFE, digEcor, conhecidos como digE player.

Brad Heckel, presidente da digEcor, que, tradicionalmente, tem oferecido conteúdo de jogos em seu digE player, explica: "Estamos em negociações muito específicas com cerca de meia dúzia de companhias aéreas em que o Flight Deck Gaming ou já figura no contrato ou faz parte das discussões de oferta e posso afirmar que as companhias aéreas têm sido muito receptivas com relação ao conceito e às oportunidades de auferir novas receitas".

Jogos on-line

Conforme pesquisas estatísticas da Grab-Stats, a previsão da receita advinda dos jogos on-line deve superar os 20 bilhões de dólares em 2012. A In-Stat Research afirma que a receita auferida dos equipamentos Wi-Fi deve ultrapassar 1 bilhão de dólares em 2012. Obter dos passageiros uma fatia deste bolo pode ser realizado com as receitas provenientes das atividades pré-voo, durante o voo e após o voo, diz o sócio-gerente da Flight Deck Gaming, Howard Woods.

Nem a Flight Deck e tampouco a digEcor revelaram muitos detalhes sobre seus modelos de rentabilidade, porém Woods explicou que, além das assinaturas básicas, existem oportunidades de propaganda – em separado ou integrado ao próprio game – e chances de patrocínio, que funcionam muito bem com jogos do tipo rede e torneio.

Woods é da opinião de que as companhias aéreas não devem ter de pagar pelos jogos e os passageiros não devem ter de pagar antecipa-

damente para jogar: "Quando você examina a cadeia completa dos negócios da indústria dos jogos, cobrar dos passageiros que desejam jogar é um modelo obsoleto."

Heckel explica que o plano Flight Deck/digEcor vai permitir às companhias aéreas oferecer jogos estilo "cassino" como o pôquer ou roleta virtual "a um grau de risco muito pequeno". Os mesmos jogos poderiam ser ofertados em modais de apostas mais pesadas em jurisdições onde os jogos de azar são permitidos sem limite.

Explorar o jogo on-line pode ser um negócio enorme, mas o consultor de IFE Richard Owen lembra que esta atividade, até agora, ainda não se transformou em um grande mercado.

"É mais uma interessante opção para se somar ao áudio e ao vídeo. Se existirem algumas oportunidades de apostas limitadas que possam ser compartilhadas, seria um incentivo para as companhias aéreas. A DTI detém provavelmente uma posição privilegiada com relação aos jogos neste momento. Não tenho certeza com relação ao espaço existente para as outras firmas", ressalta.

Geração de receita

Entretanto, Woods vê a conjunção de dois fatores neste preciso momento para tornar os jogos de azar de apostas baixas uma proposta viável para a geração de receita.

Ele diz: "É provável que nunca tenha existido uma motivação maior para a obtenção de receitas paralelas na indústria da aviação comercial. E, por outro lado, a indústria dos jogos – que, tipicamente, sempre esteve um par de gerações à frente e passou ao largo das indústrias do transporte aéreo e terrestre – está concentrando seus esforços para tornar o modelo terrestre dos jogos assimilável em etapas, em uma indústria que até então se caracterizava pelas propostas fragmentadas.



Jogos on-line e até cassino a bordo já fazem parte da realidade nas viagens aéreas.