

Por que uma visão 4G não funcionará no mundo 5G

Por Alex Holt, líder global da prática de Mídia e Telecomunicações, e Sean Rivett, gerente da prática de Global Strategy Group

Todos querem saber se o 5G será revolucionário. Contudo, para o progresso da humanidade, em termos de comunicação, a resposta deveria ser um indiscutível “sim”. E as operadoras mais visionárias conseguirão perceber o valor que isso agregará.

Muitos artigos, estudos e especialistas apresentam opiniões e comparações tradicionais entre o 4G e o 5G. Escolha uma publicação de qualquer segmento do mercado e você certamente encontrará dezenas de pontos de vista válidos. O problema é que a maioria ainda tem como base uma forma de pensar muito voltada ao 4G. E isso significa que eles podem estar perdendo de foco o valor do 5G. Sim, o 5G oferece uma latência incrivelmente baixa e taxas de dados e capacidade de rede sem precedentes. No entanto, focando somente esses aspectos técnicos, podemos estar nos perdendo nos detalhes, sem conseguir enxergar o cenário como um todo. Então, em vez de adotar uma visão técnica ou comercial, **vamos analisá-lo do ponto de vista dos clientes** e refletir sobre o que as operadoras de telecomunicação realmente fazem todos os dias: elas tornam possível que as pessoas se comuniquem.

Vamos analisar, primeiramente, o motivo pelo qual os seres humanos dão-se ao trabalho de comunicar-se. Os pesquisadores da área dirão a você que existem três níveis de comunicação. No primeiro nível, o mais básico, comunicamos com o objetivo de compartilhar **necessidades e informações importantes**. O segundo nível adiciona uma linguagem e uma compreensão mais sofisticadas, permitindo, assim, que compartilhemos **pensamentos e ideias**. A ação mais sofisticada de um ser humano, por meio da comunicação, é poder compartilhar **sentimentos e emoções**, que consiste no terceiro nível.

Na maioria das vezes, os seres humanos utilizam a linguagem — basicamente a nossa forma de “codificar” e “decodificar” mensagens — para comunicar essas necessidades e ideias básicas no primeiro e segundo níveis, respectivamente. Entretanto, nossa linguagem pode, às vezes, não ser o suficiente quando tentamos comunicar ou compartilhar nossos sentimentos e nossas emoções.

Monetização da comunicação humana

Agora, vamos refletir sobre as várias gerações de funcionalidade de rede que foram desenvolvidas ao longo das últimas décadas. Na década de 80 e no início da década de 90, o mundo estava bastante satisfeito com as tecnologias móveis 2G. A comunicação por voz e os serviços de mensagens de texto curtas (SMS) permitiram que as pessoas alcançassem esse primeiro nível de comunicação — compartilhando necessidades e informações importantes. E as operadoras encontraram formas de ganhar dinheiro com essa comunicação oferecendo produtos e serviços a ela relacionados e consequentemente de agregar valor aos negócios.

Em 2008, a Internet infiltrava-se nos locais mais dispersos do mundo e a era da informação estava a todo vapor. Ao permitir que nos conectássemos uns com os outros via Internet, as redes 3G e 4G possibilitaram que o mundo compartilhasse ideias e opiniões. A banda larga móvel tornou possível que as pessoas compartilhassem todos os tipos de pensamentos e ideias — aquele segundo nível de necessidade de comunicação que é tão típico da Internet — usando seus dispositivos, às vezes por meio da fala, mas cada vez mais por meio de fotos, vídeos e músicas. Novamente, as operadoras encontraram formas de ganhar dinheiro com essa comunicação oferecendo produtos e serviços a ela relacionados e consequentemente de agregar valor aos negócios.

Com esse contexto, é possível entender que, independentemente do fato de o 5G ser uma revolução tecnológica ou não, o certo é que estamos em uma jornada rumo a uma comunicação cada vez mais rica por meio de nossas redes de telecomunicação. E o 5G será o próximo passo a ser dado para que as pessoas possam realmente chegar ao último nível da hierarquia da comunicação humana — compartilhando conexões imersivas e emocionais. Estamos certos de que, novamente, as operadoras encontraram formas de ganhar dinheiro com essa comunicação oferecendo produtos e serviços a ela relacionados e consequentemente de agregar valor aos negócios.

Você não precisa forçar os olhos para conseguir enxergar

Sem dúvida, a transição para a monetização das experiências e dos sentimentos compartilhados por meio do 5G já está em andamento. Os espectadores da mais recente Olimpíada de Inverno em Pyeongchang certamente desfrutaram de uma experiência incrivelmente rica proporcionada pela grande quantidade de câmeras utilizada por competidores e participantes. O evento foi impulsionado por uma rede 5G em teste fornecida pela KT Corp, e não se tratava apenas de mostrar os acontecimentos por um outro ângulo da câmera; **tratava-se de permitir que os espectadores realmente vivenciassem** — em tempo real e alta definição — exatamente o que os próprios atletas estavam vivenciando. E o interessante foi que, de um momento para o outro, a narração e os comentaristas do evento, que por décadas foram essenciais para os espectadores, não pareciam mais tão importantes; pois seria impossível explicar por meio de palavras o que os espectadores estavam conseguindo vivenciar por conta própria.

Para os entusiastas da tecnologia, o espetáculo do esporte em Pyeongchang pode ter sido um pouco ofuscado pelo espetáculo da tecnologia. Como isso poderia mudar a forma como as pessoas consumirão conteúdo no futuro? Qual será o próximo grande consumidor da largura de banda cujo surgimento estamos estimulando? E como os espectadores “participarão” de grandes eventos esportivos em 2020? As operadoras de telecomunicação conseguirão fazer com que nos sintamos ainda mais próximos dos acontecimentos e mais imersos na experiência e no conteúdo?

A capacidade de compartilhar experiências coletivas e individuais por meio da mídia conectará as pessoas em um nível emocional que antes era impossível: **elas sentirão como se fizessem parte do que está acontecendo.**

Deixe que a máquina faça o trabalho

Não se trata apenas de ajudar as pessoas a desfrutar de experiências compartilhadas e imersivas juntas — mesmo que isso esteja, sem dúvida, incluído. Trata-se de permitir que as pessoas interajam com um ecossistema cada vez maior de máquinas conectadas ao redor delas. A realidade é que as máquinas estão começando a dominar uma parte cada vez maior da “carga cognitiva” humana¹, permitindo, assim, que redirecionemos as nossas mentes para outras coisas (as quais se espera que sejam mais importantes).

Estima-se que existam 10 bilhões de “coisas” conectadas em uso hoje em dia; e o volume desses dispositivos deverá dobrar até o final de 2022. À medida que esses — e outros dispositivos inimagináveis até o momento — tornam-se interconectados por meio da rede 5G, conseguimos colocar uma parte cada vez maior da nossa atual carga cognitiva sob a responsabilidade de nossos dispositivos.

De fato, já podemos ver residências comportando-se mais como extensões orgânicas de seus proprietários do que como objetos inanimados; as residências habilitadas para o uso do 5G do futuro irão destrancar portas, definir a iluminação correta, gerenciar a temperatura e até fazer pedidos de mantimentos. Nossas cidades representarão organismos ainda mais amplos. O 5G poderá até permitir que objetos — tais como carros e outdoors publicitários — leiam a emoção humana e respondam da forma

¹ Carga cognitiva refere-se às tarefas que requerem que utilizemos nosso cérebro para que sejam concluídas. A tecnologia tem como objetivo permitir que terceirizemos os processos cognitivos para as máquinas para que possamos utilizar esse tempo e o poder do nosso cérebro de outras formas

² Gartner



adequada. Isso proporcionará às operadoras de telecomunicação uma quantidade ainda maior de dados para explorar, analisar e monetizar particularmente quando todo o poder da IA for utilizado para manipular esses dados. É um círculo vicioso. E ninguém sabe quais oportunidades surgirão para as operadoras de telecomunicação.

Chega o momento de pensar de uma nova forma

O fundamental aqui é reconhecer que o 5G permitirá que as pessoas compartilhem seus pensamentos e suas ideias de forma mais profunda por meio das redes de telecomunicação — e as operadoras desempenharão o papel de viabilizadoras. Somente a partir desse ponto de vista os novos modelos de negócio poderão ser desenvolvidos.

Acreditamos que o 5G será revolucionário para algumas operadoras de telecomunicação; aquelas que reservam um tempo para realmente visualizarem como seria um ambiente 5G futuro e então começar a construir seus estudos de caso com base nisso. Entender como os sentimentos das pessoas chegarão até as máquinas e depois até outras pessoas por meio da rede é um bom ponto de partida.

Contudo, se você achar que os números não compensarão no curto prazo, propomos que você faça uma pausa — reflita sobre o que o 5G realmente significará para o progresso da humanidade — e sobre as possíveis oportunidades.

A realidade é que o 5G será um catalisador de mudanças significativas a longo prazo no que tange ao modo como as pessoas se comunicam e às coisas que estão sendo comunicadas. No entanto, os princípios do estudo de caso que servem de base para o 4G não necessariamente se aplicam ao 5G. E isso significa que **a visão 4G não pode ser usada para avaliar ideias 5G**; se você tivesse considerado somente os telégrafos da virada do século 19, você nunca teria previsto o valor dos telefones.

Acreditamos que — no longo prazo — veremos o 5G como um passo revolucionário em termos de conectividade humana. Obviamente, questões significativas sempre existirão. Os pioneiros na adoção do 5G conseguirão recuperar seus investimentos? Quando os consumidores irão aderir à largura de banda de modo suficiente para torná-la lucrativa? Qual é a vantagem de ser o precursor nesse contexto e, potencialmente, dominar o mercado? As respostas estão em entender como será essa transição estrutural e tomar as medidas necessárias para alcançar uma vantagem competitiva.

As empresas que não desempenharem seu papel de forma ativa na construção desse futuro correm o risco de serem absorvidas por outras ou tornarem-se irrelevantes por um sistema que não é adequado para elas. As vencedoras serão aquelas que conseguem entender o poder e as oportunidades da comunicação 5G e **tomam as medidas necessárias para construir um ecossistema que as coloque na posição certa para atender ao próximo nível de necessidades da comunicação humana.**



Entender como os sentimentos das pessoas chegarão até as máquinas e depois até outras pessoas por meio da rede é um bom ponto de partida.



Todas as informações apresentadas neste documento [ou inserir o nome da publicação, do informativo ou de outro material que esteja sendo remetido] são de natureza genérica e não têm por finalidade abordar as circunstâncias de uma pessoa ou entidade específica. Embora tenhamos nos empenhado em prestar informações precisas e atualizadas, não há garantia de sua exatidão na data em que forem recebidas nem de que tal exatidão permanecerá no futuro. Essas informações não devem servir de base para se empreenderem ações sem orientação profissional qualificada, precedida de um exame minucioso da situação em pauta.

© 2019 KPMG International Cooperative (“KPMG International”), uma entidade suíça. As firmas membro da rede KPMG de firmas independentes são afiliadas à KPMG International. A KPMG International não presta serviços a clientes. Nenhuma firma membro tem autoridade para obrigar ou vincular a KPMG International ou qualquer outra firma membro em face de terceiros nem a KPMG International tem autoridade para obrigar ou vincular qualquer firma membro. Todos os direitos reservados.

O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International. BD190109

Tradução: Publication name: Why 4G thinking won't work in a 5G world | Publication number: 135470-G | Publication date: July 2018