

CONSULTORIA

Tony Fernandes foi contratado pela YDreams para levar a tecnologia de realidade aumentada desenvolvida pela empresa portuguesa para os Estados Unidos. Esta tecnologia que um dia há-de permitir, por exemplo, pilotar um carro virtual durante uma corrida "real" de Fórmula 1. Conhecedor profundo de Silicon Valley, o hercúleo da tecnologia em terras do Tio Sam, este luso-descendente acredita que as soluções criadas pela YDreams estão "um a dois anos à frente do mercado". Designer de interacção com um currículo notável, criou a sua própria empresa em 2001, tendo como clientes gigantes como a HP, Epson, Microsoft e Apple (ver caixa). Para Tony Fernandes, "a realidade aumentada vai permitir tornar a tecnologia cada vez mais invisível".

■ As aplicações de realidade aumentada serão dominantes no futuro?

■ A realidade aumentada vai permitir tornar a tecnologia cada vez mais invisível. Acredito que vai passar a fazer parte das nossas vidas, mas as pessoas não vão perceber que estão a usar a tecnologia de realidade aumentada, tal como ninguém pensa que dentro de cada máquina de lavar roupa está um computador que controla aquilo tudo.

■ Pode dar exemplos de possíveis aplicações de realidade aumentada?

■ Nos Estados Unidos a coisa não está tão avançada como aqui na Europa. Por isso não há bons exemplos.

■ E na Europa?

■ O trabalho que a YDreams tem feito, especialmente nos Estados Unidos, permite controlar o que se está a ver com as mãos, é fantástico. Do meu ponto de vista, o trabalho que a YDreams está a desenvolver é mais avançado do que aquele que está a ser feito nos EUA.

■ Que hipóteses tem uma empresa que investe no desenvolvimento desta tecnologia de vingar no mercado norte-americano?

■ Penso que são grandes porque a YDreams tem a tecnologia mas também tem a experiência e a criatividade, que é o ingrediente mais importante. Esta tecnologia já existe há muitos anos mas a capacidade para retirar partido da realidade aumentada, para criar emoções e experiências positivas, é que vai ser muito importante. O microprocessador de um computador pode ser capaz de fazer coisas notáveis, mas foram aqueles que, por exemplo, criaram as folhas de cálculo, que lhe deram valor acrescentado. Esta tecnologia vai ser dominada, não por engenheiros, mas por artistas.

■ Que conselhos deu à YDreams para conquistar o mercado americano?

■ Os passos são os que qualquer empresa portuguesa deveria dar, mas por vezes não percebem bem as questões relacionadas com o posicionamento no mercado. Para criar um produto que tenha valor nos Estados Unidos tem de se perceber a cultura, a natureza dos negócios, onde é que as pessoas põem valor nas tecnologias. A minha ajuda passa por mostrar como é que esta tecnologia pode ser vista como um valor acrescentado para as empresas. É difícil para as empresas portuguesas perceberem isso. Por vezes, as empresas portuguesas não conseguem ser bem sucedidas e desistem. O que a YDreams está a fazer é a analisar bem a situação, identificar as oportunidades e depois criar produtos que vão ao encontro dessas necessidades.

■ Mas Portugal e as empresas portuguesas são muito mal conhecidas nos EUA. Isto pode

Tony Fernandes consultor da YDreams em Silicon Valley

"A tecnologia vai tornar-se invisível"



O designer que adora Sumol

Tony Fernandes, 46 anos, emigrou com os pais para os Estados Unidos em 1970 quando tinha apenas 7 anos. Filho de um técnico de electrónica e de uma doméstica, foi viver para New Bedford, no estado de Massachusetts. Natural de Coimbra, estudiou engenharia e pirotecnologia em Boston. Naquela altura, com Ronald Reagan na Casa Branca, a indústria de armamento empregava uma parte considerável dos jovens engenheiros. "Os Estados Unidos estavam a construir muitas armas e decidi que não queria usar o que tinha aprendido para criar armas", recorda Tony Fernandes, que também não chegou a cumprir o serviço militar. Com o canudo na mão ingressou na Lotus, empresa que concebeu uma das primeiras folhas de cálculo, o Lotus 1-2-3. Enquanto os outros engenheiros só pensavam no desenvolvimento do software, Tony

Fernandes estava mais preocupado com a forma como os utilizadores usavam este programa de computador. Da Lotus passou para a Apple em 1992, mudando-se de armas e bagagens para a Califórnia, onde ainda hoje mora com a mulher, dois filhos, um cão, dois coelhos, oito peixes e um hamster. Quando deixou a empresa liderada por Steve Jobs, ingressou na Netscape onde colaborou activamente no design do navegador (browser) Netscape Navigator, o líder de mercado até final dos anos 90. Em 2001, criou o seu próprio negócio, o The UEGroup LLC, uma consultora especializada nos domínios do design de interacção, que tem como clientes a Dell, Epson, HP, Microsoft e Apple. Grande fã do Sumol de laranja e dos pasteis de Tentúgal, Tony é exemplo acabado de um norte-americano com alma portuguesa.

“

Para criar um produto com valor nos Estados Unidos tem de se perceber a cultura, a natureza dos negócios. É difícil para as empresas portuguesas perceberem isso

Em Silicon Valley não importa a origem da empresa. A qualidade da solução é que interessa

constituir algum entrave?

■ Penso que não há qualquer problema com o facto de a plataforma ser desenvolvida em Portugal. Em Silicon Valley não importa a origem da empresa. A qualidade da solução é que interessa. Se veio da China, da Alemanha ou de algum país de que ninguém ouviu falar não faz muita diferença. Só os portugueses é que pensam que isso é importante.

■ O importante é estar em Silicon Valley?

■ Exactamente. Isto mostra que a empresa está lá e acredita na América do Norte. A Irlanda abriu recentemente um centro de tecnologia em Silicon Valley que está a despertar a curiosidade. Todos querem perceber o que é que os irlandeses estão ali a fazer.

■ Como é uma empresa conseguindo evitar eventuais processos judiciais por uso de tecnologias que já estejam patenteadas nos EUA?

■ Registrando as suas patentes nos EUA.

■ Mas são caras, certo?

■ Certo. Mas comparadas com não poder vender os seus produtos são muito baratas. Falei recentemente com vários empresários portugueses com negócios nos EUA sobre a questão das patentes e fiquei com a ideia de que estes não percebem muito bem a questão. Uma companhia como a YDreams que está um a dois anos à frente do mercado, tem de registrar as patentes. As companhias portuguesas não costumam fazê-lo, mas é a forma de proceder nos EUA.

■ Quanto pode custar uma patente nos EUA?

■ Entre 15 e 30 mil dólares (€11.208 a €22.417). Mas não são só importantes para proteger a propriedade intelectual, como também para servir como escudo em eventuais processos judiciais. Imaginem que a Microsoft alegava que a YDreams está a usar uma ideia que já registou a patente. Em vez de abandonar o mercado ou pagar à Microsoft para poder usar essa tecnologia, a empresa pode usar outras patentes por si registadas como moeda de troca. A Microsoft licenciaria essa tecnologia à YDreams que por sua vez autorizava a empresa norte-americana a usar as tecnologias por elas patenteadas.

■ Fale-me um pouco sobre a UEGroup, a empresa que criou em 2001?

■ Ajudamos a criar produtos que as pessoas poderão querer comprar. Estudamos os estilos de vida dos consumidores para perceber como uma dada tecnologia pode, ou não, gerar valor acrescentado. Quando os possíveis consumidores contactam com a tecnologia, nem sempre reagem tal como a empresa previu. Fizemos o research das televisões wide screen e de alguns modelos de computadores da Dell para ter a certeza de que seriam bem recebidos pelos consumidores, antecipando, por exemplo, eventuais problemas decorrentes da sua utilização. Estudámos também a adaptação ao mercado norte-americano de uma pequena impressora de fotografias da Epson, que tinha sido feita a pensar no mercado japonês. Também temos trabalhado com os laboratórios da HP que não apresentam tecnologias que as quais procuram uma utilidade. Estamos também a trabalhar com a Microsoft no projecto "Digital Living Room", em produtos mais relacionados com a televisão e a música. Antes de a Apple lançar a "Click Wheel" no iPod, a empresa que concebeu esse sistema de controlo contratou-nos para vermos como é que as pessoas o iriam usar.

CARLOS ABREU
cabreu@expressoimpresa.pt