Nokia retoma seu caminho

Depois de quase 20 anos, a marca mais popular de celulares do mundo lança um netbook - justamente quando suas vendas de smartphones caem

TATIANA VAZ

OLHE PARA O LADO E repare: a convergência tecnológica está em todos os lugares. Tanto no micro que realiza ligações telefônicas sobre IP como na impressora que tira cópias e transmite fax e até no celular que captura sons, dados, imagens e coloca o usuário na internet. Foi essa tendência que levou, por exemplo, a Intel a produzir memórias para celulares. Ou a Dell a avaliar a eventual fabricação de smartphones. Agora, o mais recente movimento nesse sentido chega da Finlândia, mais precisamente da líder mundial na venda de celulares, a Nokia. No dia 2 de setembro, a companhia anunciará oficialmente o lançamento de seu primeiro netbook, o Booklet 3G. O aparelho, sem data para chegar ao Brasil, marca o retor-

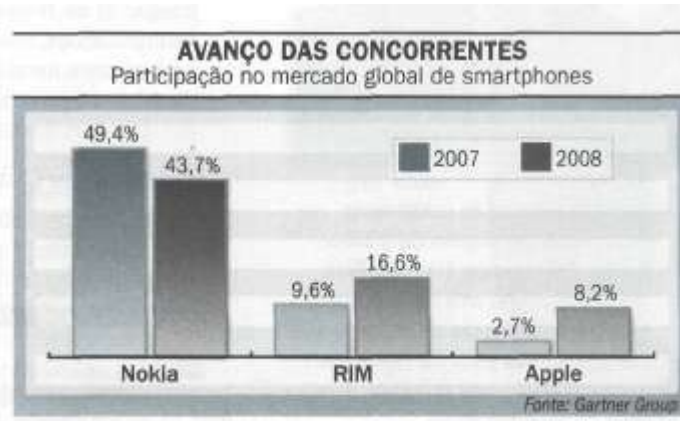
TERO OJAPERÄ, VP MUNDIAL DA NOKIA: *"Se quiserem rir de nós por esse lançamento, riam como os que não acreditaram que seríamos líderes de telefonia quando fabricávamos borracha"*

no da gigante ao mercado de computação pessoal, abandonado por ela em 1991. Na época, a empresa não obteve sucesso na competição com rivais, como HP e IBM. A retomada desse caminho acontece num momento em que a companhia não consegue repetir na área de smartphones, a tecnologia mais promissora do setor de comunicação móvel, o sucesso registrado nas vendas de celulares convencionais. **Embora seja líder global em telefones inteligentes, com 43,7% de participação, a Nokia perde terreno para o iPhone, da Apple, e o BlackBerry, da RIM. A produção de netbooks seria uma maneira de diversificar o portfólio.** "Todos os consumidores buscam conexão com a web e mobilidade. Esse é o primeiro de muitos lançamentos da Nokia que estão por vir", diz Jô Elias, diretora de comunicação corporativa da Nokia Brasil à DINHEIRO.

NOKIA N97: *aparelho é a mais nova aposta da fabricante para voltar a ganhar espaço na disputa com iPhone e BlackBerry no mercado de smartphones*

A meta da companhia é preservar e estreitar o relacionamento com seus clientes. Hoje, a marca possui 1,1 bilhão de usuários ao redor do mundo e investe US$ 6 bilhões em inovação para lançar 60 modelos por ano. Apenas em 2008, a Nokia vendeu 472 milhões de celulares em 150 países e gerou 50,7 bilhões de euros em receita. Tamanha capilaridade foi obtida graças à força da marca e a uma azeitada máquina de distribuição. E são esses mesmos fatores que ajudarão na conquista de consumidores de mini-laptops. "O desafio será convencer os clientes corporativos de que ela fabrica netbooks com a mesma qualidade das tradicionais rivais do setor", comenta Júlio Püschel, analista sênior para América Latina do Yankee Group. O lançamento em 2007 do Ovi, loja virtual de músicas, jogos e aplicativos, criada para concorrer com o iTunes, é uma demonstração da disposição da Nokia em desbravar novos mercados. O próximo passo será, segundo a empresa, o desenvolvimento de um sistema operacional para celulares, semelhante ao Android, do Google. "É provável que o leque de novidades seja maior. Eles pretendem ser referência de mercado, como suas concorrentes se tornaram na área de smarphones", afirma Püschel.

A questão é saber se o Booklet 3G cumprirá esse papel. O netbook roda em Windows, traz um processador Intel Atom e pesa apenas 1,25 quilos. "Apesar da tecnologia 3G embutida e da duração de 12 horas da bateria, O produto não terá nenhum diferencial em relação aos já disponíveis", diz o analista Nick Jones, vice-presidente de pesquisa do Gartner Research. A Nokia, porém, tem pelo menos dois trunfos. Um deles é a força da marca, dona de 40% do mercado. Além disso, há sua reconhecida capacidade de se reinventar. Sua história começa em 1865 com a fabricação de papel e celulose, ampliada depois para borracha e eletricidade. Os negócios eletrônicos surgiram em 1912 com a produção de cabos e, a partir de 1962, com computadores. "Queremos revolucionar o mercado de música e ser a maior provedora global de entretenimento em mídia", disse recentemente Tero Ojaperä, vice-presidente mundial da Nokia. "Se quiserem rir disso, riam como as pessoas que não acreditaram que seríamos líderes de telefonia móvel quando fazíamos borracha."



VAZ, Tatiana. Nokia retorna seu caminho. **Istoé dinheiro**, São Paulo, ano 12, n. 621, p. 60-61, 02 set. 2009.