

À SOMBRA DOS CONCORRENTES

Ralphe MANZONI JR.

A Microsoft finalmente lança seu celular. O problema é que os concorrentes já fizeram isso há tempos. Mais um indicativo de que a inovação passa longe da empresa

Pense rápido: qual foi o último produto inovador que a Microsoft lançou? Se a sua resposta for o sistema operacional Windows e o pacote de automação de escritórios Office, você não está errado. Os dois programas revolucionaram a computação pessoal e foram responsáveis pela popularização dos microcomputadores na década de 90. Mas há tempos a Microsoft está correndo atrás do que os seus competidores fazem. Nesta semana, a companhia comandada por Steve Ballmer deve entrar no mercado de aparelhos de celulares com marca própria, um passo que já foi trilhado por Apple e Google, os seus dois principais concorrentes atualmente. O projeto batizado de Pink é esperado há tempos pelos analistas do setor de telefonia. Em 2008, a Microsoft comprou a Danger, empresa que faz o SideKick, um celular voltado para mensagens instantâneas vendido pela T-Mobile, nos Estados Unidos. Agora, segundo sites especializados em tecnologia norte-americanos, a companhia fundada por Bill Gates vai lançar novos aparelhos. Mas não esperem nada revolucionário. Os celulares que devem ser apresentados na segunda-feira 12, em São Francisco, terão tela sensível a toque, teclado deslizante e serão fabricados pela Sharp. Serão voltados para o acesso a redes sociais, como o Twitter e o Facebook, e aos serviços musicais do Zune, o seu tocador digital que concorre com o iPod. Eles vão funcionar na rede da Verizon Wireless, a maior operadora de celular dos Estados Unidos, segundo Ina Fried, jornalista especializada em Microsoft do site de notícias Cnet. Um concorrente do iPhone, da Apple, ou do Android, do Google, só deve ser mostrado no final do ano, quando telefones equipados com o sistema operacional Windows Phone 7 começam



Os celulares da Microsoft:

fotos que vazaram na internet pelo blog especializado em tecnologia Gizmodo mostram supostos aparelhos que vão ser lançados pela companhia de Steve Ballmer

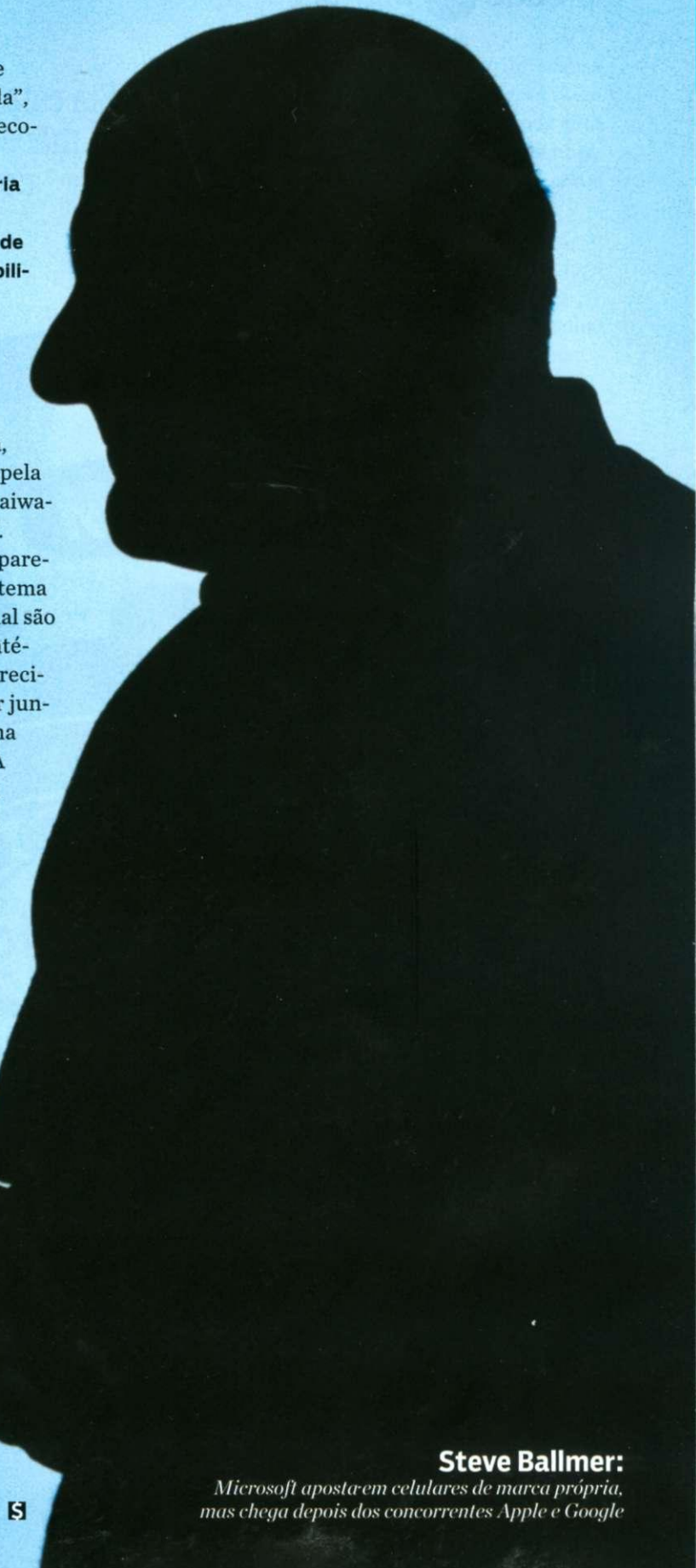
a chegar ao mercado mundial. “Essa é uma tentativa de revitalizar sua estratégia móvel, que ficou desatualizada”, diz Júlio Puschel, analista-sênior da consultoria de telecomunicações Informa.

A entrada no mercado de celulares com marca própria é um sinal de que a tradicional fabricante de software quer controlar também as características do hardware de seus telefones, uma forma de criar produtos que possibilitem uma experiência mais rica e agradável aos seus consumidores. É o que a Apple faz com seus computadores, tocadores de música digital, celulares e agora com o tablet iPad. O Google seguiu a mesma estratégia ao anunciar, em janeiro de 2010, um aparelho com



tem motivos para se preocupar. Dados divulgados pela empresa comScore, nos EUA, demonstram que ela vem perdendo terreno no mercado móvel. O seu sistema operacional, que roda nos aparelhos de diversos fabricantes, perdeu quatro pontos percentuais em apenas três meses. O Android, no sentido inverso, cresceu mais de cinco pontos percentuais.

Não é só no mercado de celulares que a Microsoft não inova. No mercado de músicas digitais assistiu à ascensão da Apple com o seu tocador iPod. O Zune, o produto lançado para competir nesta área, nunca decolou. No setor de buscas, o Bing – anunciado no ano passado – fez a Microsoft ganhar espaço. Mesmo assim, o Google domina com participação de 65% do mercado, contra 11% do Bing, nos EUA. Neste ano, a Microsoft promete lançar o projeto Natal, que transforma o corpo humano no joy stick de um jogo eletrônico. O desenvolvimento, coordenado pelo brasileiro Alex Kipman, é uma promessa da companhia para voltar a inovar e a surpreender o consumidor e, dessa forma, apagar a sombra incômoda que paira sobre a empresa.



sua marca, fabricado pela empresa taiwanesa HTC. “Hoje, o aparelho e o sistema operacional são duas estratégias que precisam andar juntas”, afirma Puschel. A Microsoft



Steve Ballmer:

Microsoft aposta em celulares de marca própria, mas chega depois dos concorrentes Apple e Google