

'Divórcio' entre Sony e Ericsson após 10 anos juntas

Por **Maija Palmer, Dan Thomas e Andrew Edgecliffe-Johnson**



(/sites/default/files/gn/11/10/foto28emp-111-sony-b3.jpg) Howard Stringer, da Sony (à esquerda), e Hans Vestberg, da Ericsson: após desgaste da joint venture, separação é vista como benéfica para as companhias

Até que foi amigável, levando em conta como os divórcios podem ser. Aos sorrisos, Howard Stringer e Hans Vestberg subiram ao palco de um hotel londrino ontem, para anunciar em meio a piadas e boa disposição, o fim do empreendimento conjunto Sony Ericsson, quase dez anos após seu início.

A Sony comprará a participação de 50% da Ericsson na joint venture por € 1,05 bilhão e integrará os smartphones à sua grande estratégia atual, a das "quatro telas", com a qual almeja chegar aos consumidores via computadores, telefones, televisores e tablets conectados à internet e com acesso ao conteúdo de jogos, filmes, TV e músicas da Sony.

Há dez anos, a aliança das então problemáticas unidades de telefones celulares das duas empresas fazia bastante sentido. Embora a Sony Ericsson nunca tenha de fato atingido a sua meta de superar a Nokia e assumir a liderança no setor, obteve grande sucesso em meados da década passada com vários aparelhos voltados para o segmento médio do mercado, que incorporavam as marcas Walkman e Cybershot, da Sony.

Depois da criação do empreendimento conjunto, o lançamento dos iPhones da Apple transformou o mercado.

O modelo Xperia, telefone da Sony Ericsson voltado ao segmento de padrão mais elevado, saiu-se relativamente bem e conquistou cerca de 11% do mercado de aparelhos que usam o sistema operacional Android, do Google, no trimestre mais recente. A concorrência, no entanto, está cada vez mais acirrada, com Nokia, Apple, Samsung e HTC tendo lançado novos aparelhos com conexão à internet nos últimos 30 dias.

"Eles tiveram certo sucesso com os smartphones, mas isso não foi suficiente. Eles eram um participante de nicho [de mercado] e precisavam ser bem maiores", afirmou o analista Francisco Jeronimo, da empresa de pesquisas de tecnologia da informação IDC. "O que todos entenderam desde que a Apple entrou no mercado de telefonia móvel é que não se trata mais do aparelho, mas de criar um ecossistema e tornar os clientes leais a ele. O que vemos é a Apple e o Google tentando dominar a sala de estar com conexões entre diferentes aparelhos", afirmou o analista.

"Os smartphones passaram a estar muito mais concentrados na demanda dos consumidores. Então, faz

sentido que integrem parte da carteira de produtos da Sony", afirmou Vestberg.

O feliz casamento já vinha sofrendo rachaduras há algum tempo, com executivos da Sony, em conversas reservadas, mostrando irritação com o fato de a Sony Music ter conseguido acertar acordo de direitos com a Nokia para uso à vontade de músicas antes mesmo de ter oferecido um à irmã Sony Ericsson.

A Sony contrariou a Ericsson ao lançar um tablet por conta própria, em vez de usar a marca compartilhada. Um acordo para levar o nome PlayStation aos telefones nunca se concretizou.

Com as operações de produção de telefones celulares sob controle único, Stringer acredita que será mais fácil agrupar os vários aparelhos da Sony em torno da renomeada Sony Entertainment Network, que oferece jogos, filmes e músicas para dispositivos digitais.

Stringer chamou os telefones celulares de "a última peça do quebra-cabeça" para a estratégia de produtos da Sony.

"As pessoas vêm se apaixonando pelo smartphone. Mais e mais pessoas assistem TV em seus telefones e nós podemos levar isso a eles", disse Stringer.

O executivo prevê um mundo em que o conteúdo poderá ser transferido continuamente entre diferentes aparelhos da Sony.

"Se você não quiser ver algo em seu tablet, você pode passar para seu telefone e, se não quiser ver em seu telefone, pode ir para sua TV."

Analistas dizem que a Sony, com seu grande volume de conteúdo à disposição, poderá conquistar uma boa posição entre os ecossistemas concorrentes.

Stringer admite, no entanto, que ainda terá alguns desafios para agrupar as diferentes partes da empresa. Ele vinha enfrentando dificuldade em quebrar os vários "silos" dentro da Sony, para buscar um ambiente mais colaborativo, mesmo antes de ter tentado integrar as operações de telefones celulares.

"Nossas empresas de conteúdo, de fato, conseguiram bons lucros nos últimos anos. Mas, agora, temos de aprender que todos estão trabalhando para a mesma empresa e que são meios para um fim. Esse fim é de fato fazer o que a Apple fez, que é vender muitos aparelhos. Só que eles venderam com nosso conteúdo. Nós vamos vender com nosso próprio [conteúdo]", disse ao "Financial Times".

"Estamos eufóricos com a oportunidade. O difícil é a execução", acrescentou.

A Sony terá de alinhar sua estratégia rapidamente, já que analistas preveem a intensificação do confronto entre grandes plataformas concorrentes. A Microsoft, com sua aliança com a Nokia e seu aparelho de videogame Xbox, já consegue cobrir grande parte do mesmo terreno que a Sony, enquanto a Apple tenta entrar na sala de estar dos consumidores com iniciativas como a Apple TV.

Os fabricantes de telefones celulares chineses também começam a explorar formas de conquistar mais participação no mercado de aplicativos.

Em entrevista recente concedida ao "Financial Times", He Shiyou, chefe da divisão global da ZTE, não descartou a possibilidade de lançar seus próprios serviços e sistemas para sua linha de smartphones.

A Amazon, também, é apontada como uma força com potencial de expansão no setor, por desafiar a Sony no segmento de leitores digitais e tablets, enquanto desenvolve sua própria biblioteca de conteúdo.