



A GRANDE REVELAÇÃO DA FORD

SINOPSE

- Carros Ford com o sistema Sync já estão vendendo o dobro do que os mesmos modelos sem ele e mais de 1,5 milhão circulam nas ruas dos EUA com ele.
- Essa plataforma de comunicação, em código aberto, oferece ao motorista as características e grande parte do conteúdo de um smartphone, acessíveis (com segurança) a 100 km/h.
- O Sync é o novo foco estratégico da empresa e sua aposta de reinvenção.

Alan Mulally, o CEO mundial da Ford, está diante de mim, com seu cabelo ruivo penteado à moda antiga, como um ex-engenheiro da Boeing. Ele se levanta rapidamente. “Venha comigo”, diz, colocando seu braço em volta de meu ombro. “Você precisa ver isso?” Mulally me conduz a seu gigantesco escritório e aponta para a janela de seis metros de comprimento. Lá fora, o rio Rouge e centenas de fábricas e chaminés de Detroit.

Então, ele fica quieto por um momento. Deduzo que não está se gabando, mas apenas atônito com o cataclisma que se desenrolou bem embaixo de sua janela. “É inacreditável!”

Mulally vem afastando a Ford do perigo faz quatro anos. Ele diminuiu custos

com funcionários em quase 22%, rodou a empresa inteira evangelizando os 200 mil funcionários com novos princípios resumidos em um cartão que se carrega no bolso e, com a ajuda do ex-diretor financeiro Don Leclair, até conseguiu levantar um empréstimo bancário em um cenário bastante adverso –foram US\$ 23,5 bilhões, sem um centavo pedido ao governo dos Estados Unidos.

Essas iniciativas trouxeram resultados. Em 2009, com a concorrência parada devido à crise mundial, a Ford teve lucro de US\$ 2,7 bilhões e, no primeiro semestre de 2010, chegou a

A reportagem é de Paul Hochman, editor de equipamentos e tecnologia do programa *Today*, da rede de TV NBC, e que assina o blog GearDaddy, da MSN.



A PRÓXIMA GERAÇÃO DA TECNOLOGIA SYNC PODE TRANSFORMAR OS CARROS FORD EM SUPERMÁQUINAS FALANTES, CONECTADAS A REDES SOCIAIS E À INTERNET. ESTA REPORTAGEM APRESENTA UMA MONTADORA DE AUTOMÓVEIS QUE TENTA SE REINVENTAR COMO UMA EMPRESA DE ELETRÔNICOS

US\$ 4,7 bilhões –foi o melhor resultado da empresa desde 1998, obtido sobre um crescimento de até 15% nas vendas. No início de 2010, a empresa recebeu os prêmios de “Carro do Ano” e “Pick-Up do Ano” da imprensa especializada norte-americana. Até a última semana de julho, a ação da montadora subiu 27% (após ter se recuperado da queda).

Houve também outras iniciativas inusitadas. Por exemplo, Mulally reduziu o número de modelos à venda, de 97 para menos de 20. Isso foi uma conquista e deixa o executivo visivelmente entusiasmado. Afinal, ele ainda se incomoda quando lembra quanto a marca Ford estava sem foco –e fora de moda. “Tínhamos 97 deles!”, diz ele, apontando para uma lista de antigos modelos. “Como tornar todos modernos e arrojados?” Ele também enfren-

tou descontentes com decisões antipáticas, como a de descontinuar a marca Mercury até o final de 2010.

Mulally certamente se beneficiou dos erros de seus rivais, como GM e Toyota. Porém sua jogada é mais ousada do que isso: ele está saindo do negócio de automóveis.

UM NOVO NEGÓCIO –E O CARRO JAMAIS SERÁ O MESMO

Isso mesmo. Mulally está cerrando fileiras com a indústria menos automobilística de todas: a de produtos eletrônicos. Em sua busca para mudar a cultura da Ford, redefinir a imagem da empresa, encantar os consumidores jovens e revolucionar o próprio conceito de carro, Mulally quer conectar os Fords à internet e encantar as pessoas que surfam pela rede.

“É legal se conectar, mas é mais que legal”, diz ele, levantando-se no meio da frase (já está ficando animado de novo). “É uma razão para comprar. As pessoas comprarão a marca Ford por causa da tecnologia. Nós seremos o aplicativo mais moderno, mais útil que você já teve, mantendo você conectado automaticamente.”

A Ford está transformando o carro em um smartphone poderoso, que permite que você carregue seu mundo digital e o customize. Além disso, afirma Mulally, “o sistema o torna um motorista melhor”. Como? Libertando-o das tiranias (e perigos) de ficar mexendo no celular enquanto dirige, ao deixá-lo comandar a tecnologia apenas com sua voz. O próprio carro se transforma em conexão à internet. Esse sistema também proporciona aos desenvolvedores

de aplicativos móveis um modo de criar um portfólio infinito de serviços feitos sob medida para os veículos.

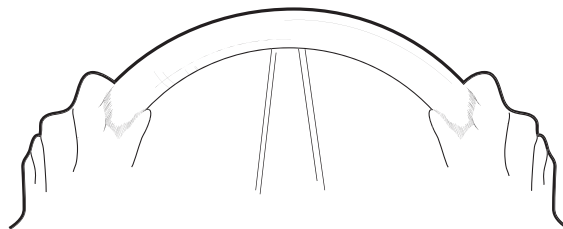
Se você se sente desconfortável ao imaginar uma empresa levemente curvada e grisalha (como toda montadora automobilística é, por definição) relacionando-se com uma indústria nova e sexy como a de eletrônicos, mais uma surpresa: a Ford não está só se bronzeando nas ondas de calor geradas por empresas como Pandora e Twitter; ela gera o próprio calor.

Para surpresa de aficionados em tecnologia e especialistas em produtos eletrônicos, a Ford descobriu um modo de tornar o telefone celular, que já é o dispositivo móvel mais popular do mundo, mais forte ainda, apenas colocando-o dentro do carro. A plataforma de comunicação da Ford in-car Sync utiliza todo o poder, as características e grande parte do conteúdo de um smartphone e o transforma em um mecanismo com escala humana, de operação fácil e segura a 100 km/h.

NOVO PARADIGMA AO VOLANTE

A plataforma, introduzida em parceria com a Microsoft em 2007, permite que a Ford ofereça uma mudança radical ao mercado. Antes, dirigir causava uma espécie de desaparecimento social, mas o Sync revolucionou a situação ao permitir que o motorista se mova de maneira automática de seu mundo conectado, contido em seu celular, para um mundo igualmente conectado, dentro de seu carro, e sem tocar em um botão.

Por exemplo, ao entrar no carro, as ligações são automaticamente transferidas para o sistema de alto-falantes do veículo. Para fazer uma ligação sem tirar as mãos do volante, basta você apertar o botão de mídia no volante e falar em voz alta: "Faça uma ligação". O sistema responde, auxiliando o motorista no processo, ao mesmo tempo em que acessa sua agenda de telefones e informações de chamadas armazenadas em seu celular.



O SYNC PERMITE AO MOTORISTA COMANDAR A TECNOLOGIA SÓ COM A VOZ

Se isso lhe parece um truque velho, pense o seguinte: a tecnologia da Ford chamada de Service Delivery Network também pode conectar seu carro, no modo wireless, à internet. SyncMyRide, por exemplo, é um serviço baseado na web que permite que você carregue um destino no microcomputador de sua casa e o baixe no sistema de navegação de seu carro. Desse modo, você não precisa imprimir o trajeto e depois manusear um pedaço de papel enquanto dirige.

SINAIS DE SUCESSO

Os carros da Ford com o sistema Sync já estão vendendo o dobro do que os

mesmos modelos sem ele e mais de 1,5 milhão de automóveis já estão nas ruas dos Estados Unidos com esse sistema. O Sync está consagrado na Ford como o maior foco estratégico da empresa e vem passando por enorme upgrade, o MyFord Touch [veja quadro abaixo], que habilita o motorista a escolher qual informação digital se encontra a sua frente.

Essa é uma boa maneira de reduzir o que os designers da Ideo, parceira da Ford para desenvolver o sistema, chamam de "sobrecarga cognitiva". As mudanças mais radicais do MyFord Touch estarão profundamente ligadas às pessoas, como o novo sistema de reconhecimento de voz, criado pela empresa Nuance Communications, de Massachusetts, que permite que você fale com seu carro como se estivesse conversando com alguém.

Na verdade, de acordo com Vladimir Sejnoha, vice-presidente e principal

MYFORD TOUCH, O UPGRADE

A Ford está fazendo um enorme upgrade na interface MyFord Touch, para o usuário.

Essa novidade aparece inicialmente nos modelos 2010 do Edge e do Lincoln MKX, sempre nos Estados Unidos, e depois estará no Focus 2011. A nova interface é um sistema ativado por voz e toque, instalado com o sistema operacional do Sync, assim como um software novo é carregado no sistema operacional de um computador. O objetivo é simplificar ao máximo a experiência com o Sync. (E, o mais importante, também vai satisfazer o primeiro mandamento de Mully: "Nós não faremos nada que obrigue o motorista a tirar as mãos do volante ou os olhos da estrada. Senão, não estaremos agregando valor para o consumidor, mas somente adicionando botões".)

A interface do MyFord Touch também é customizável. Dois painéis de LCD ficam de cada lado do velocímetro, e o motorista pode mudar o layout dos instrumentos próximos ao volante de acordo com sua necessidade. Você não precisa saber a temperatura atual do carro e está perdido? Desligue o gráfico de controle da temperatura e o substitua pelo sistema de navegação. Está em um trecho longo de estrada e não se importa com a navegação? Substitua com a informação das estações de rádio ou os controles do celular, o que for mais importante para você naquele momento. (Você até pode assistir a vídeos na tela do meio do painel, desde, claro, que o carro esteja desligado.)

cientista da Nuance, a nova versão do Sync se aproxima da inteligência artificial. O sistema vai predizer qual será a próxima palavra a ser falada, baseado na sequência de palavras que já foram ditas. O sistema também “aprenderá”, melhorando suas previsões com base nas interações anteriores com todo locutor.

O software da Nuance quebra cada som feito pelo motorista em componentes mais básicos e os compara com um banco de dados gigante que foi formado na última década. “É uma situação ‘e se’ repetida milhões de vezes”, diz Sejnoha.

EXPERIÊNCIA DESCONCERTANTE

Tudo isso torna a experiência de se sentar no cockpit de um carro com a versão 2011 do MyFord Touch um pouco desconcertante? Sim. É como conversar com um gato e ele conseguir entendê-lo. Ou como falar com um gato, ele entender o que você está dizendo e então buscar-lhe uma cerveja. Estão armazenados no sistema da Nuance mais de 10 mil comandos associados com dirigir, o que permite que você converse normalmente com o carro.

E, em vez de falar com o painel com uma série de comandos do menu, você diz simplesmente: “Estou com fome”, e o sistema lhe “entrega” uma sugestão de restaurante, com as direções no sistema de navegação. Se você estiver com vontade de ouvir Oscar Peterson, você não precisa falar “música”, depois “listas”, depois “artistas”; você só diz a frase “Eu gostaria de ouvir um jazz”. Virão todas as músicas de jazz conectadas a seu carro, que podem estar em seu telefone ou em seu iPod. Se você tiver um serviço do tipo Sirius Satellite Radio em seu carro, é só falar “Encontre uma rádio” para que o sistema ache suas preferidas.

Talvez a maior vantagem do sistema de reconhecimento de voz seja a possibilidade de você também controlar outros aparelhos no carro com sua voz. Por exemplo, você pode controlar seu smartphone (e rodar aplicativos) com

os controles do painel do carro. Nada mais de acessar desastrosamente o programa Droid, enquanto você está mudando de faixa na estrada. Não é mais necessário digitar para acessar seus tweets no smartphone, porque o carro os lê em voz alta.

Os aplicativos móveis da Pandora e da OpenBeak (aplicativo para o Twitter), assim como o Stitcher, agregador de notícias em áudio, estão disponíveis para o proprietário de um Ford nos Estados Unidos somente com um comando de voz. Estou mencionando apenas os primeiros três serviços que já fizeram parceria com a Ford. Outros virão.

E A CONCORRÊNCIA?

Outras empresas automobilísticas estão buscando o mesmo espaço, como a Kia Motors, que está usando a plataforma aberta da Microsoft para criar algumas características similares às do Sync [também é o caso da Ford brasileira, como mostra o quadro abaixo]. A Ford tinha apenas 18 meses de exclusividade com a Microsoft, e esse período já expirou.

A esperança da Ford, contudo, é de que seu Sync fará algo similar ao que faz o hardware do iPhone, que se tor-

nou uma plataforma para uma explosão mundial de aplicativos. Quem imaginou que algum dia o celular funcionaria também como uma bússola ou um controle remoto, por exemplo?

PERSEVERANÇA

Vale mencionar, contudo, que a alta gerência da Ford nem sempre se mostrou empolgada com aplicativos e outras inovações. Na verdade, em 2001, o futuro não parecia nada promissor. O vice-presidente executivo mundial e presidente da Ford norte-americana, Mark Fields, relembra assim os velhos tempos da busca pela tecnologia: “Havia um ditado antigo na empresa que dizia que nós éramos seguidores rápidos, o que significava que nós éramos lentos”.

Por exemplo, a Ford gastou centenas de milhões de dólares tentando alcançar o sistema OnStar de telefonia e modem para carros da GM. Lançado em 1996, o sistema da concorrente alcançou um sucesso incrível –seus compradores pagavam pelo sistema três vezes: pelo conjunto com o telefone e modem, uma taxa anual de assinatura de US\$ 199 e os minutos utilizados. Em 2001, a GM faturava milhões de dólares com

NO BRASIL TAMBÉM

A Ford brasileira comercializa, desde 2008, um veículo com a tecnologia Sync: o Ford Edge. Também desde 2008 oferece o My Connection, no EcoSport e em outros modelos, um sistema de som com recursos que permitem ao motorista conectar-se a seu celular, iPod e pen drives. Segundo seu CEO, Marcos de Oliveira, a subsidiária nacional está totalmente alinhada com a estratégia mundial de Alan Mulally, denominada “One Ford”, para ser uma empresa integrada globalmente e, dentro dela, as ações acontecerão com gaps de tempo cada vez menores, quase simultaneamente. Um exemplo é o New Fiesta, o carro global da Ford que acaba de ser lançado no Brasil apenas dois meses após chegar aos Estados Unidos e é equipado com o motor Sigma, produzido em Taubaté.

“Essa nova trajetória de retomada, que não trata apenas da lucratividade, mas também de revalorização da marca, apoio-se em quatro pilares, que são qualidade, sustentabilidade, segurança e criatividade, esta demonstrada por Sync e My Connection. Queremos criar, cada vez mais, produtos excitantes para os consumidores, tanto no design como na tecnologia”, explica Oliveira. (Nara Damante)

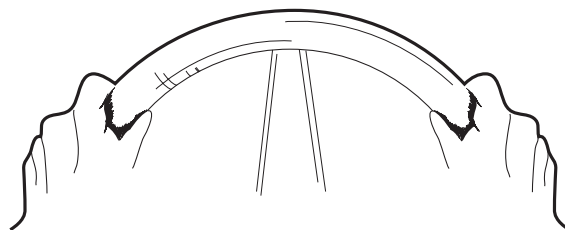


isso, e a Ford não conseguia encontrar uma maneira de competir com ela. Chegou a lançar e cancelar dois produtos “telemáticos”.

Quando desenvolvia o terceiro, o Wingcast, Doug Van Dagens, diretor da divisão Ford Connected Services, percebeu uma possível falha no modelo da GM. O telefone OnStar era construído nos veículos e isso significava que a montadora não conseguiria se adaptar à tecnologia que se desenvolvia rapidamente fora do carro. Semanas antes do lançamento do Wingcast, Van Dagens teve a visão do Bluetooth, que conferiria à tecnologia Ford a flexibilidade que a diferenciaria da GM. Mas o presidente da Ford na época

vetou a ideia de Van Dagens de integrar o Bluetooth; queria seguir a mesma linha do OnStar da GM. Só que Van Dagens insistiu com a liderança da empresa – e a convenceu.

O Wingcast só morreu para dar lugar ao Sync, em 2005. Foi depois de uma reunião em Dearborn, sede da Ford



A FORD ENTENDEU QUE
DESENVOLVEDORES EXTERNOS
RENDEM UPGRADES RÁPIDOS

nos EUA, entre “os dois Bills”, Gates e Ford, que o conceito começou a tomar forma. Quando Mulally assumiu a presidência da empresa, em 2006, um protótipo do Sync estava entre os projetos em andamento que lhe foram apresentados. Foi nesse momento que ele surpreendeu a todos alegando que o futuro da empresa estava no Sync.

Mulally se baseou em uma estratégia que já vinha sendo desenvolvida: usar os carros mais baratos para demonstrar as tecnologias da Ford. Algo como Henry Ford já fizera no início: “Democratize a nova tecnologia de uma empresa. Faça com que fique disponível para a massa”. Em vez de colocar o sistema Sync em carros de luxo como os Lincolns, a empresa lançaria a tecnologia no Focus 2008.

PELO CÓDIGO ABERTO

A implosão do Wingcast e o nascimento do Sync significou combinar uma organização lenta e grande, do ramo automobilístico, com as companhias de tecnologia, menores e mais rápidas.

“As companhias do setor tecnológico são muito mais ligeiras do que nós. Temos de acompanhá-las, temos de aprender”, diz Fields. Mas o que já mudou na Ford? “Simples. Nós começamos a pensar como uma empresa de software”, completa.

O Sync foi desenvolvido como um programa básico e de uso generalizado, que fica no carro e permite a conexão de produtos de outras empresas. Mulally enxerga grandes vantagens nessa plataforma aberta e na comunidade que já conhece sua linguagem. Com muitos especialistas fora da Ford familiarizados com o sistema operacional do Sync, e com uma plataforma fácil de integrar, os upgrades serão lançados mais rápido e com menor preço.

O mais importante para a Ford é que, quanto mais aperfeiçoa o dispositivo móvel favorito de seus clientes, aumenta a possibilidade de que as pessoas levem seus dispositivos

VOCÊ TEM “CONVERSADO” COM UM FORD ULTIMAMENTE?

O PAINEL DE INSTRUMENTOS COM A NOVA VERSÃO DO SYNC PARA O FORD EDGE 2010, NOS ESTADOS UNIDOS

MUDANÇA DE CLIMA

O MyFord Touch possibilita a alteração do grupo de instrumentos, substituindo o display de navegação pelo controle de clima, por exemplo, ou até pelo aplicativo da Pandora.

CORES COORDENADAS

Dicas visuais funcionam melhor do que textos, por isso a Ford codificou por cores as funções básicas do painel: laranja para o telefone e verde para a navegação, por exemplo.

UM TOQUE BRILHANTE E GRANDE

Cansado de um display que “parecia ter vindo da década de 1960”, o vice-presidente Derrick Kuzak e sua equipe fizeram a tela maior e mais bonita. É até possível assistir a vídeos, desde que o carro esteja parado.

NÃO FOI INVENTADO AQUI – POR UM BOM MOTIVO

O botão “inteligente” de cinco modos não se originou na Ford. Ele imita o botão do iPod, trazendo a famosa interface dos produtos eletrônicos para dentro do carro.



AMPLIFIQUE SEU IPHONE

Celulares e tocadores de MP3 se transformam com o sistema de som da Sony, Dolby, de 390 watts, 12 alto-falantes e surround system 5.1.

FALE COMIGO

O Sync traz uma tecnologia de reconhecimento de voz desenvolvida pela empresa Nuance Communications, de Burlington, Massachusetts. A próxima versão virá também com um upgrade da própria Nuance, com o uso de menus e a resposta rápida e precisa a mais de 10 mil comandos de voz acionados com a fala normal.

INTELIGÊNCIA ADAPTATIVA

Armazena dois conjuntos de configurações personalizadas para dois motoristas. Ou um motorista pode carregar as duas preferências entre dois veículos que tenham o MyFord Touch em um pen drive.

para o carro. Será apenas um mercado de nicho? O aplicativo de rádio pela internet da Pandora foi o mais popular dos Estados Unidos em 2009, com mais de 40 milhões de usuários, 18 milhões em seus aplicativos móveis e 9 milhões em carros.

Nada disso significa que a liderança da Ford no segmento está garantida, é lógico, porque a concorrência se aproxima. Além da Kia,

outros fabricantes vêm trabalhando em sistemas próprios. “A Ford tem uma vantagem”, comenta o analista do Gartner Group Thilo Koslowski. “Mas algumas vezes ser a primeira não compensa; pode ser melhor ser a segunda, como a Apple.”

Em seu escritório em Dearborn, Mulally olha pela janela por mais um instante e sentencia: “Isso não me preocupa. Estamos comprometi-

dos por inteiro; é a visão de Henry Ford: ‘Abrir as estradas para a humanidade’. Acho que essa é a maneira certa de fazê-lo”. **M**

HSM Management

© Fast Company

Reproduzido com autorização. Distribuído por Tribune Media Services International. Todos os direitos reservados.