

Expediente editorial

Diretor Editorial

Rafael Peregrino da Silva
peregrino@linuxmagazine.com.br

Coordenador Editorial e Diretor de Arte

Luciano Hagge Dias
lhagge@linuxmagazine.com.br

Editores

Tadeu Carmona
tcarmona@linuxmagazine.com.br
Pablo Hess
phess@linuxmagazine.com.br

Tradução e Revisão

Livêa Marchiori
lmarchiori@linuxnewmedia.com.br

Design da Capa

Luciano Hagge Dias
lhagge@linuxmagazine.com.br

Centros de Competência

Centro de Competência em Software:
Oliver Frommel
ofrommel@linux-magazine.com

Centro de Competência em Hardware:
Mirko Dölle
mdoelle@linux-magazine.com

Centro de Competência em Redes e Segurança:
Achim Leitner
aleitner@linux-magazine.com

Correspondentes & Colaboradores

Augusto Campos, Cezar Taurion, Charly Kühnast, Christian Ney, Frank Wieduwilt, Jens Christoph Brendel, Joe Casad, Jose Maria Ruiz, Klaus Knopper, Marc Seil, Mathias Jansen, Michael Nerb, Peter Gutmann, Peter Kreussel, Oliver Frommel e Rene Rebe.

Diretor Comercial

Claudio Bazzoli
cbazzoli@linuxmagazine.com.br

Anúncios:

Claudio Bazzoli (Brasil)
anuncios@linuxmagazine.com.br
Tel.: +55 (0)11 2161 5400
Fax: +55 (0)11 2161 5410

Osmund Schmidt (Alemanha, Áustria e Suíça)
anzeigen@linux-magazine.com

Brian Osborn (Outros países)
ads@linux-magazine.com

Assinaturas:

www.linuxnewmedia.com.br
assinaturas@linuxmagazine.com.br

Na Internet:

www.linuxmagazine.com.br – Brasil
www.linux-magazin.de – Alemanha
www.linux-magazine.com – Portal Mundial
www.linuxmagazine.com.au – Austrália
www.linux-magazine.ca – Canadá
www.linux-magazine.es – Espanha
www.linux-magazine.pl – Polônia
www.linux-magazine.co.uk – Reino Unido
www.linux-magazin.ro – Romênia

Apesar de todos os cuidados possíveis terem sido tomados durante a produção desta revista, a editora não é responsável por eventuais imprecisões nela contidas ou por consequências que advenham de seu uso. A utilização de qualquer material da revista ocorre por conta e risco do leitor.

Nenhum material pode ser reproduzido em qualquer meio, em parte ou no todo, sem permissão expressa da editora. Assume-se que qualquer correspondência recebida, tal como cartas, emails, faxes, fotografias, artigos e desenhos, são fornecidos para publicação ou licenciamento a terceiros de forma mundial não exclusiva pela Linux New Media do Brasil, a menos que explicitamente indicado.

Linux é uma marca registrada de Linus Torvalds.

Linux Magazine é publicada mensalmente por:

Linux New Media do Brasil Editora Ltda.
Rua Arizona, 1349
Conj. 5B – Cidade Monções
04567-003 – São Paulo – SP – Brasil
Tel.: +55 (0)11 2161 5400
Fax: +55 (0)11 2161 5410

Direitos Autorais e Marcas Registradas © 2004 - 2006:
Linux New Media do Brasil Editora Ltda.

Distribuição: Dismag

Impressão e Acabamento: Parma

ISSN 1806-9428

Impresso no Brasil



INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO

Idéias derrubam impérios

Prezado leitor, prezada leitora da Linux Magazine, no dia 5 de outubro de 2006 o Brasil pôde finalmente assistir, em TV aberta, um programa de massa e relevância nacional abordando o tema Linux e Software Livre: Júlio Cezar Neves e Sérgio Amadeu da Silveira foram os entrevistados do programa de Jô Soares, na Rede Globo. Sem entrar no mérito do desempenho dos entrevistados durante o programa, algo que muitos leitores questionaram enviando emails para a Redação, a entrevista é um episódio importante no cenário nacional no que tange à notoriedade do Software Livre. É parte do movimento de tornar conhecida uma tecnologia que, mais cedo ou mais tarde, inevitavelmente, vai fazer parte da vida de todos.

A entrevista abordou, logo de início, o uso do Software Livre pelo “fenômeno” Google. Não vamos nos ocupar de descrever aqui o seu conteúdo – quem quiser pode assisti-la diretamente na página do Programa do Jô –, mas do novo modelo de negócios criado pelo Google, que usa a Internet e uma combinação de sistemas de código aberto como infra-estrutura – e é, por isso mesmo, independente de plataforma. O modelo de negócios da Microsoft, por outro lado, foi criado em torno da plataforma PC.

Einstein postulou que não é possível resolver problemas através do mesmo tipo de raciocínio usado para criá-los. Esta é a razão pela qual a Microsoft se encontra em meio a uma crise sem precedentes: toda a sua estratégia de negócios é baseada no controle de uma plataforma de escalabilidade questionável. Se Redmond quisesse realmente manter a sua hegemonia, eles deveriam jogar fora os 5 bilhões de dólares investidos no desenvolvimento do Windows® Vista e criar um novo sistema operacional mais simples, leve e seguro, que pudesse funcionar em qualquer máquina hoje rodando Windows 2000 ou XP, a um preço muito inferior ao praticado atualmente (em torno de 50 dólares, que é mais do que a empresa recebe hoje por uma versão OEM do Windows, que já vem instalada “de fábrica”). O Microsoft Office® deveria custar, no máximo, a mesma coisa. Por quê? Porque o mercado para atualizações de sistema é, hoje, no mínimo, cinco vezes maior do que o dos chamados PCs OEM. A Microsoft precisaria (mas, provavelmente, não percebe), finalmente, se concentrar mais em atender a sua base instalada. Tais máquinas seriam mais do que suficientes para usuários de sistemas cada vez mais voltados ao uso da Internet como ferramenta de trabalho. Felizmente, graças ao Linux, empresas como Canonical, Mandriva e Novell estão mais bem posicionadas para atender a essa demanda.

De outro lado, os clientes atuais do Google, uma massa gigantesca formada principalmente por pequenas e médias empresas, não fazem, de modo geral, anúncios em nenhuma outra mídia. E a empresa veicula esses anúncios usando algoritmos proprietários sobre os dados coletados pelos seus robôs de indexação (usados pela máquina de busca), bem como sobre os dados dos usuários de seus serviços de email, grupos, chat etc. É todo um novo jeito de fazer negócios. E a empresa está ainda posicionada como referência para o que se convencionou chamar de Web 2.0, tendo como base de desenvolvimento sistemas e padrões abertos. Os primeiros eles podem adaptar rapidamente de acordo com as suas necessidades, o que lhes permite concentrarem-se em seu segmento de negócios. Isso lhes confere a escalabilidade que falta hoje à Microsoft, e, a nosso ver, se as coisas não mudarem rápido em Redmond, o império do Windows estará finalmente com os dias contados. Isso não é apenas por causa da tecnologia, mas especialmente por causa do modo como a tecnologia está sendo utilizada em cada um dos modelos de negócios.

Rafael Peregrino da Silva
Diretor Editorial

