

Cezar Taurion

Algumas dicas para empresas que pretendem usar o Open Source em seus próprios produtos.
por Cezar Taurion

O ecossistema em torno do Open Source já é maduro o suficiente para impactar a indústria e os usuários de software. Existe um crescente número de soluções de negócio baseadas em Open Source entregando valor real para as empresas. As organizações já olham e implementam softwares Open Source sem os receios de alguns anos atrás.

A IBM, que é um case de sucesso de adoção estratégica de Open Source, vem adotando-o de forma abrangente e pragmática, com forte integração com as comunidades. E nada mais natural do que quase sempre sermos consultados por parceiros ou empresas de software (ISVs) quanto à viabilidade de adotarmos Open Source em sua estratégia de negócios.

Abaixo estão algumas dicas de “como ir para Open Source”.

Primeiro, estude os conceitos do Open Source. Compreenda os prós e contras, entenda como as comunidades funcionam, estude as diversas alternativas de licenças e analise os projetos de sucesso e, também, os que não deram certo.

Analise a competição das alternativas Open Source no seu segmento de atuação. O resultado da análise é mostrar que, caso você adote Open Source, seu produto terá condições de conquistar uma comunidade de colaboradores com massa crítica o suficiente para que o novo modelo de desenvolvimento seja adotado.

Valide se seu modelo de negócio não conflita com Open Source e quais mudanças serão necessárias. Lembre-se de que Open Source não é um modelo de negócio por si só, mas uma inovação no processo de desenvolvimento, distribuição, marketing e comercialização. Verifique se a mudança em seu modelo de negócio irá gerar mais ou menos receita.

Caso sejam mantidas versões Open Source e proprietárias, defina claramente os limites de funcionalidades de cada uma. Não esqueça que Open Source deve ser atraente o suficiente para atrair usuários e comunidades de colaboradores. Especifique quais funcionalidades premium serão reservadas para a versão proprietária (se existir) e qual o valor perce-

bido dessa funcionalidade para o usuário investir na aquisição de sua licença de uso.

Escolha um nome e um logo adequados, que diferenciem a versão Open da proprietária.

Escolha uma licença adequada ao seu modelo de negócios. Não invente novidades, mas adote uma já existente. E não se esqueça de verificar se o código do seu produto não contém componentes que invalidem a licença escolhida.

Tenha certeza de que o código-fonte a ser liberado está em boas condições. Um código-fonte que ninguém consegue entender vai desestimular a colaboração. Se seu código não estiver adequado, esqueça!

Crie uma infra-estrutura adequada para apoiar a comunidade, com um website, wiki, FAQ, fóruns, planejamento, regras de uso etc. Não confunda a comunidade integrando o site da versão Open Source com a proprietária. Publique o código-fonte em um diretório bem conhecido, como SourceForge.

Seja paciente. Não esqueça que seu software terá que se destacar na multidão, competindo muitas vezes pelos mesmos desenvolvedores que podem já estar envolvidos em outros projetos. Mantenha constante pressão para que a comunidade cresça e se torne atuante. Publicar o software e deixá-lo de lado é torná-lo órfão.

Open Source é um compromisso sério e permanente. Exige muito esforço e comprometimento. É uma decisão estratégica, e não meramente comercial.

E leiam o livro “Producing Open Source Software”, de Karl Fogel, disponível gratuitamente em <http://producingoss.com>. Boa sorte! ■

Sobre o autor

Cezar Taurion (ctaurion@br.ibm.com) é gerente de novas tecnologias aplicadas da IBM Brasil e editor do primeiro blog da América Latina do Portal de Tecnologia da IBM developerWorks. Seu blog está disponível em <http://www-03.ibm.com/developerworks/blogs/page/ctaurion>.



ATINGIR O MAIOR NÚMERO DE CLIENTES POTENCIAIS



DEPENDE DO
POTENCIAL
DA FERRAMENTA
QUE VOCÊ USA.

O SUCESSO DE UMA AÇÃO DE
RELACIONAMENTO VIA E-MAIL, DEPENDE DE
UM SERVIÇO REALMENTE DE QUALIDADE.

O UOL criou o serviço de E-mail Marketing que você precisa. Conheça todas as vantagens e diferenciais da melhor plataforma de marketing de relacionamento do mercado:

- Envio segmentado através de database marketing,
- Fila individual para o processamento das mensagens (você não concorre com disparos de outros clientes),
- Acompanhamento em tempo real das mensagens que estão sendo enviadas,
- Relatórios gráficos estatísticos.

E-mail Marketing
10 mil disparos

R\$49,00
por mês

Assine: 0800 723 6000



UOL HOST

QUALIDADE EM SERVIÇOS WEB

www.uolhost.com.br

POWERED BY:

virtualtarget