



MACWORLD 95: A FEIRA DOS CLONES

por Marco Fadiga



Meninos, eu vi! Em plena MacWorld Expo San Francisco, a Apple cedeu a luz dos refletores a um novo fabricante de micros e uma velha e conhecida empresa de monitores e placas de vídeo. 1995 inicia-se sob o signo dos clones. Os lançamentos mais importantes da feira (ainda não disponíveis, of course) foram os clones de Macintosh da Power Computing — empresa formada por Stephen Kahng, um dos pioneiros em design de placas-mãe de baixo custo para PCs — e da Radius.

A Power Computing, licenciada não só para fabricar seus próprios Macs, mas também como fornecedor de equipamentos em regime de OEM para outros fabricantes, mostrava seu primeiro modelo com orgulho, exibindo a placa-mãe — bem diferente das fabricadas pela Apple — para quem quisesse ver. Em tudo, eles funcionaram como Macs e desmontado o gabinete, um desses de PCs, ainda em fase de protótipo, não havia como diferenciá-lo, já que os periféricos eram da Apple. Duas máquinas estão nos planos da empresa para debutar em sua linha: uma de 80MHz e uma torre de 100MHz. Com um novo projeto de fonte de alimen-

tação e um modelo de clockagem modificado, as máquinas poderão competir vantajosamente com as da Apple em preço e virão, por enquanto, com cinco slots NuBus.

PREÇOS AGRESSIVOS

“Manteremos uma estrutura de preços agressiva por meio de um design e estratégias de fabricação e distribuição inovadoras, de forma que o Mac OS possa ser desfrutado por mais e mais pessoas”, esquivou-se Kahng, quando perguntado sobre o preço final da máquina, que só deverá ser lançada por volta de abril/maio.

Na Radius, a maior preocupação demonstrada não é com o preço do equipamento e sua penetração no mercado. Já atuantes nos mercados de high-end DTP e Desktop Video, eles pretendem atacar com sistemas de alta performance e versatilidade. Um dos objetivos deles é, em um ano, ter máquinas com PCI, FireWire (sistema de transferência de dados bem mais rápido que o SCSI) e quatro microprocessadores PowerPC 604 trabalhando em paralelo. Na feira, eles também demonstraram um protótipo, uma torre maior que um Quadra 900.

O certo é que a MacWorld 95 ficou indelevelmente marcada pela abertura da plataforma Macintosh. Muito em breve, poderemos optar por comprar um Mac de uma entre várias empresas, com a certeza de rodar o Mac OS, todos os seus aplicativos e também ter total compatibilidade de hardware com os micros da Apple. Com essa estratégia, a empresa pretende que seu sistema operacional venha a arrebatar de 20 a 25% do mercado em quatro anos. Hoje, sua participação em todo o mundo é de cerca de 10%. A despeito da demora da empresa em abrir sua arquitetura, este é um típico caso em que o tarde é infinitamente melhor do que o nunca.

NOVOS POWER MAC

Todo o empenho da Apple em licenciar seu sistema operacional não quer dizer que a empresa esteja desinteressada do mercado de hardware. Pelo menos, assim eles garantem. Entretanto, os Macs lançados na feira não tinham nada de realmente novo. Todos eram *upgrades* de clock, disco e *cache* de máquinas já existentes. Se algo realmente agradou, foram os novos preços. Sai de linha o 6100/60 e

entra o 6100/66, com um aumento declarado de performance de até 30%, também devida à inclusão de um *cache* externo (Level 2) de 256k. O modelo básico, com um disco rígido de 350Mb e 8Mb de RAM, sairá nos EUA por US\$ 1,819. O melhor aumento de performance ocorreu com o 7100, que teve o clock aumentado de 66 para 80MHz e o *cache* incorporado à configuração básica, de 8/500, por US\$ 2,899. Mas o grande presente foi dado aos que acabaram de comprar um 8100/80 ou 8100/110: o lançamento do 8100/100. Pouca coisa mais lento que o topo-da-linha (menos que 10%), ele virá ao mercado por um preço 15% inferior ao Apple Price do 8100/80. A configuração 8/700 custará US\$ 3,699. Há um vácuo na linha e a Apple deve endereçá-lo da forma mais rápida possível. Com a entrada de outros fabricantes no mercado, é essencial que a empresa ofereça máquinas em configuração sem disco rígido, não só para baratear o custo inicial do sistema, mas também para não onerar usuários que queiram montar sistemas de alta performance, com *caches* maiores, mais RAM, discos mais rápidos etc.



SAN FRANCISCO URGENTE!

Toda feira de informática que se preza acaba sendo como uma refeição feita às pressas. Sabendo que há tanto a ver, engole-se tudo sem muito critério, entupindo o estômago-cachola e correndo o sério risco de uma congestão informativa. A MACMANIA, num esforço digestivo extraordinário, tudo viu e nada esconde,

publicando aqui o melhor da Macworld San Francisco 95, mastigado, digerido e pronto para uma segura apreciação do leitor. Mesmo assim, não vá com fome demais ao prato, descole um Sonrisal e curta com moderação o porvir. E lembre-se: mais vale dois *drops* na mão do que um PF de peão e uma indigestão.

MARATONA PELA REDE

O Marathon, da Bungie Software (tel. 001-312-563-6200 e fax 563-0545) é um dos jogos que têm gerado comentários escandalosamente favoráveis na Internet (cheque o comp.sys.mac.games).

O jogo se passa em uma colônia distante no espaço, e você é a última salvação para defendê-la do ataque dos aliens que querem destruir tudo. Renderado com mapeamento de texturas em tempo real, ele pode ser jogado numa rede AppleTalk ou EtherTalk por

até oito jogadores e é o primeiro jogo a usar o suporte para MIDI do QuickTime 2.0. Aumentando a lista de predicados, suporte a capacetes de realidade virtual, 16 bits de cor e um *performance mode* otimizado para máquinas lentas. Ele vem em 20 disquetes com o código em *fat-binary*, ou seja, ele se instala e roda somente as partes do programa pertinentes à CPU usada, dando a melhor performance tanto nos 680x0 quanto nos Power Mac.



Dizem que o disco aguenta dez anos, acredita?

ZIP DRIVE ZIPA TUDO

Um dos produtos de hardware que mais causou frisson foi o Zip Drive, da Iomega (tel. 001-801-778-3712 e fax 001-801-778-3450), um novo conceito de armazenamento com um disco um tantinho maior que um de 3,5", capaz de guardar 25Mb ou 100Mb. A maior vantagem dele é a portabilidade, com uma

performance superior aos drives óticos e de disquete convencional. O Zip, com um disquete dentro, pesa menos de meio quilo e tem uma taxa de transferência de até 50Mb/minuto. Nos EUA, o Zip vai custar US\$ 199,00. Um cartucho de 100Mb custará US\$ 19,95, o de 25Mb, a bagatela de US\$ 9,95.

GAMES DA STRATA

A Strata (tel. 001-801-628-5218 e fax 628-9756), depois do sucesso que fez com o Studio Pro no ano passado, investe pesado e lança vários novos produtos, alguns exclusivamente para os PCs (ooh!), como o Visual FX e o Media Forge. No campo do Mac, as maiores novidades eram o Instant Replay, uma ferramenta para a criação de filmes QuickTime a partir da atividade de tela e a incursão da empresa no mercado de *adventure games*, com Mummy Trouble e Secrets, a serem lançados até o meio do ano. Quentíssimo também era o Media Paint, um software para pintar por cima de filmes, técnica conhecida como rotoscopia.

CHAME O SIM SÍNDICO

Mais um game de simulação e vindo de quem entende. A Maxis (tel. 001-510-254-9700 e fax 001-510-253-3736), já conhecida da galera pelo SimCity — o original e incomparável — e vários outros Sims, lança agora o SimTower, um simulador de arranha-céu. O objetivo é criar e gerenciar um edifício, começando do zero com uma quantidade limitada de fundos, montando uma infra-estrutura que satisfaça os habitantes do prédio. Apartamentos, cinemas, escritórios, visitantes, moradores, tráfego de elevadores, serviços básicos, tudo se monitora e controla. Pelo que deu para ver, garante horas e horas de diversão.



Pegue o capacete e o Magnum e monde chumbo



BASIC PARA O NEWTON

Também chamou a atenção o NS Basic 2.0 para o Newton, da NS Basic Corporation (tel. 001-416-264-5999 e fax 001-416-264-5888), um ambiente de programação completo, com recursos avançados de programação orientada a objetos. Um toolbox com “snippets” da interface e suporte às funções do transmissor/receptor infravermelho, reconhecimento de escrita e desenhos facilitam o trabalho enormemente, já que não é necessário desenvolver determinados objetos ou rotinas de acesso a periféricos. Deu vontade de lembrar os velhos tempos de Basic.

MARCO O PRIMO DO NEWTON

O mercado dos Newtons, que eu pensava estar meio estagnado, surpreendeu. Além do lançamento do MessagePad 120, da Apple, havia muitos desenvolvedores mostrando seus produtos, vários deles no estande da empresa, montes de soluções interessantes de comunicação e um agito fantástico. Parece que ele vai decolar. O Marco, novo auxiliar de comunicações da Motorola baseado em um Newton, pareceu uma ferramenta próxima do ideal, dando acesso à Internet, serviços de notícias, transmissão de faxes, *paging* alfa-numéri-



Versão antenada, mais um sem o logo da Apple

co, acesso a redes locais e várias outras ferramentas, dependendo do serviço eletrônico que o usuário

assinou. Infelizmente, ainda não temos esses serviços no Brasil, deixando-nos apenas com água na boca.

PAINT ALCHEMY? É POWER!



Por que essas telas demo são sempre tão bregos?

A feira estava lotada de aplicativos nativos para Power Macintosh. Dentre eles, um em especial impressionou pela beleza da interface e velocidade de operação: o Paint Alchemy 2.0, da Xaos Tools (tel. 001-415-487-7000 e fax 558-9886), um dos pri-

meiros *plug-in* para Photoshop, foi completamente redesenhado e reescrito, agora com uma janela de Preview maior, parâmetros animáveis, palettes de controle reposicionáveis e uma performance impossível de se comparar com a versão anterior.

APPLE LIBERA O MOUSEPAD

Parece que a Apple resolveu liberar geral. Além do licenciamento de sistemas, a empresa deu direitos exclusivos (por ora) à Computer Expressions (tel. 001-215-487-7700 e fax 001-215-487-7728) — um fabricante americano de mousepads — para a ven-

da desses objetos com o logo da empresa. Inicialmente serão apenas três padrões: a maçã sobre fundo preto, o logo Apple com uma letra de cada cor e a ilustração “Macintosh Picasso”, aquela que aparece na tela do Welcome to Macintosh.

FARGO ATACA OUTRA VEZ

A Impressora Primera Pro, da Fargo (tel. 001-612-941-9470 e fax 001-612-941-7836), já era uma ótima opção, pela sua versatilidade e baixo custo, mas não podia competir em pé de igualdade com as *dye-sublimations* mais caras. A Pictura 310, novo produto da empresa, faz quase um milagre: dá virtualmente a mesma qualidade que as concorrentes, por cerca da

metade do preço. A versão básica estava sendo vendida por menos de US\$4 mil e já vinha com memória suficiente para imprimir páginas de até 12 por 20” a cores. Só não é milagre mesmo por um motivo: todo o processamento da imagem é feito no Mac, tornando-a mais lenta e adequada para uso apenas com CPUs pesadas, de Quadra para cima.



BALANÇO ANUAL

1994 foi o ano da virada para o Brasil e para a Apple também. A empresa sofreu uma drástica reestruturação, reduzindo o número de funcionários e cortando sua margem de lucro bruto de 42,7% da venda líquida para 27,2%. Mesmo com a redução do preço dos equipamentos, o faturamento total da empresa subiu 15% em relação a 1993, atingindo o patamar de US\$ 9,19 bilhões. Para 1995, os planos da empresa são continuar investindo maciçamente em novas tecnologias, ampliar sua fatia do mercado mundial de computadores pessoais (de 13,9% em 1994) através do licenciamento do Mac OS e dos clones.

A bonança é tão grande que até sobrou uma graninha para ser investida no Brasil. Segundo Michael Spindler, presidente e CEO (Chief Executive Officer) da Apple "a empresa prevê novas oportunidades de crescimento em mercados emergentes como China, Índia, Brasil, Coréia e México".

1995, O ANO DO MAC

Como sabem todos os que lêem esta revista, 1995 será o ano do Macintosh no Brasil. A Apple vai finalmente se instalar no país, os investimentos em propaganda vão aumentar e o número de Macs deve crescer sensivelmente. Em consequência, o número de empresas interessadas em trabalhar a terra de ninguém, que é hoje o mer-

cado de Macintosh, deve aumentar. Alguns sinais já podem ser notados.

Duas das maiores distribuidoras de software do Brasil já estão se movimentando para abocanhar essa saborosa fatia do mercado. O mercado Mac é menor que o de PC, mas apresenta várias vantagens: seus usuários são mais bem informados, estão predominantemente no que se convencionou chamar de SoHo (Small Office/Home Office, pequenas empresas e usuários domésticos) e, melhor de tudo, possuem um poder aquisitivo e um espírito consumista (no que se refere a traquinanças para aprimorar seu computador) maior que o usuário padrão de PC. A CI-Compucenter é uma das empresas que pretende intensificar sua atuação no mercado Macintosh. Representante da Adobe, Microsoft, WordPerfect e Macromedia, entre outras, a Compucenter pode muito bem tornar-se a maior distribuidora de softwares para Mac do Brasil. A empresa afirma ter grandes planos para o FreeHand, software de ilustração que, depois de um longo passeio (ver *MAC-MANIA #10*), acabou nas mãos da Macromedia. Apesar de ter uma versão para PC, o FreeHand é utilizado no Brasil apenas por usuários de Macintosh. "Uma das idéias é organizar um concurso de ilustrações em FreeHand", sugere Nilson Martinho, da Compucenter.

Outra distribuidora que está começando a trazer



softwares para Mac é a Brasoft. Durante 94, a empresa ensaiou uma entrada no mercado Mac, com os softwares da SoftKey e WordPerfect, que não foi para a frente. Atuando no mercado SoHo e de softwares de entretenimento, a Brasoft está trazendo pequenos volumes de softwares para Macintosh para "sentir" o mercado. Além de programas da Microsoft, WordPerfect e SoftKey, a Brasoft está trazendo também produtos da Voyager, uma das mais competentes produtoras de CD-ROMs multimídia. *Porto Seguro - O Brasil do Descobrimento*, da Tecnoquality, o primeiro CD-ROM híbrido (roda em Mac e PC) feito no Brasil, também está sendo distribuído exclusivamente pela Brasoft. Essas e outras surpresas esperam os macmaniacos em 1995. No decorrer do período, vamos estar monitorando atentamente as evoluções do mercado.

Aguarde grandes novidades. E lembre-se: você leu aqui antes.

EPSON ATACA

Atenta ao mercado Macintosh, a Epson avisa que já está disponível no mercado brasileiro o driver para sua impressora jato de tinta colorida Stylus Color, que pode ser conectada ao Mac com o kit opcional Epson Talk (US\$ 870). A Epson Stylus Color é uma jato de tinta de alta definição que imprime até 16 milhões de cores, com resolução de 720 dpi. A impressora tem garantia de dois anos e custa R\$ 1.300.

A Epson está lançando também um novo modelo de scanner, o ES-1200C-Pro (R\$ 2.100), compatível com PC e Mac. Tem resolução de 600x1200 dpi (que podem chegar a 4800 através de interpolação) e escaneia cores de 30 bits. Mais informações pelos telefones (011) 574-8877 e (011) 813-3777.