

Apple completa 30 anos de inovação

A Apple chega aos 30 anos de idade longe de poder ser chamada de "balzaquiana".

Nascida no Vale do Silício, Califórnia, a empresa comemora a data neste sábado (01/04) em plena forma e revitalizada pela energia de um dos mais brilhantes e polêmicos homens da tecnologia: Steve Jobs, que com Steve Wozniak, largou a Atari para fundar a Apple.

Em menos de 30 anos, a Apple deixou de ser uma empresa de garagem para se transformar em símbolo do império norte-americano. Ela é hoje uma marca tão forte quanto Coca-Cola, Ford ou até mesmo a rival Microsoft.

Nas últimas décadas, boa parte das inovações do setor de computação saiu da sede da empresa na cidade de Cupertino. A Apple ajudou a criar o mercado de computadores pessoais e de música online para além de quaisquer fronteiras.

Cronologia

Em 1º de abril de 1976, dois amigos chamados Steve - Jobs e Wozniak - largaram seus empregos na Atari e na HP, respectivamente, e montaram o primeiro equipamento da empresa: uma placa de componentes com processamento de 1 MHz e memória de 8 Kb. O dispositivo, chamado de Apple I, foi posto a venda pelo sugestivo preço de 666,66 dólares.

O nome da empresa, reza a lenda, foi escolhido pela admiração de Jobs pelos Beatles, que haviam debandado para suas carreiras solo seis anos antes. O tributo de Jobs renderia problemas legais para a Apple Computer a partir dos anos 90, quando sua participação no mercado, com seu logo da maçã mordida, começou a incomodar a Apple Corp., dos Beatles, e seu logo com a maçã inteira.

Um ano depois, em abril de 1977, surgia o Apple II. O sucesso do equipamento ficou longe, porém, do micro que o sucedeu. O Macintosh 128k, apresentado em 1978, que trouxe todas as características que consagram a Apple até hoje: um design arrojado e recursos inovadores e fáceis de serem utilizados.

O Macintosh, denominação de uma espécie de maçã, praticamente forjou a computação doméstica. Até então, os computadores pessoais estavam restritos às empresas. O micro da Apple tinha monitor, drive de armazenamento (então, um novíssimo disquete), mouse e um sistema operacional com interfaces gráficas.

Jobs anunciou a novidade em pleno intervalo do SuperBowl - a final do campeonato de futebol norte-americano - em um comercial dirigido pelo cineasta Ridley Scott.

Mesmo com o sucesso repentino, nenhum dos dois Steves se manteve na Apple até 1985, ano em que Jobs foi demitido pelo conselho da empresa, capitaneado por John Sculley. Wozniak tinha abandonado a Apple quatro anos antes por ter sofrido um acidente de avião.

Inovação e lucro

Inovação e design são duas estradas que levam ao mesmo destino no caso da Apple: o de abrir mercados. Foi assim com o computador. É assim com a música digital.

Ainda que o mercado multimídia já contasse com fabricantes estabelecidos de MP3 player, como a iRiver e a Creative, foi a Apple que começou a convencer usuários, em 2001, de que o uso de aparelhos que tocavam músicas digitais em vez de CDs não estava tão longe da realidade.

O sucesso do iPod, que começou com uma versão de 5 GB e hoje se estende por sete modelos em três diferentes linhas, foi responsável não apenas pela série de clones e pela poderosa indústria de acessórios que surgiram, mas também pavimentou o sucesso financeiro e tecnológico que a Apple experimenta atualmente.

Em 2005, a empresa atingiu faturamento de 13,93 bilhões de dólares, crescimento de 68% sobre os 8,29 bilhões de dólares registrados em 2004. O lucro da companhia foi ainda mais alto e cresceu 384% entre ambos os anos, chegando a 1,33 bilhão de dólares.

O cenário financeiro paradisíaco foi atingido após a volta triunfal do co-fundador para a empresa, em 1997. Sua retomada da Apple foi decisiva para o sucesso da companhia, que experimentou resultados amargos e pesados cortes de custos na primeira metade da década de 90.

Comandada por executivos sem o carisma de Jobs, a Apple alternava trimestres de prejuízos e lucros na primeira metade dos anos 90. A competição com a Microsoft - que ganhava cada vez mais adeptos com o Windows - mostrou-se um erro estratégico. E as vendas do Macintosh, o principal produto da empresa, começaram a cair.

Em 1996, Michael Spindler deu lugar a Gil Amadio como presidente da Apple. A mudança surtiu pouco efeito. Amadio pretendia dividir a empresa em sete divisões, chegou a esboçar uma estratégia para licenciar o Macintosh para outros fabricantes e transformou a Apple em uma empresa de nicho, longe das massas.

Foi com a volta de Jobs que a maré começou a virar, de novo, para a Apple. O executivo apostou em uma estratégia ousada: a transformação do computador doméstico em um eletrodoméstico com o iMac. No ano seguinte, foi lançado o iBook, versão portátil do iMac. Já em 2001, foram lançados o Mac OS X e o iPod. Mais recentemente, em junho de 2005, foi a vez da parceria com a Intel.

Entretenimento digital

Quando o número de downloads ilegais de música estava no auge e a indústria fonográfica dos EUA começa sua longa disputa nos tribunais contra serviços e usuários, Jobs anunciou a loja de música online iTunes Music Store, em 2003. Em sua inauguração, a loja virtual contava com canções das gravadoras EMI, Warner, Sony e BMG, além de dezenas de selos alternativos. O serviço, com sua cobrança padronizada de 99 centavos de dólar por música e venda de canções exclusivas, emplacou entre os usuários online a ponto de atingir o número de um bilhão de músicas vendidas em menos de dois anos de vida. Desde outubro, comercializa também vídeos.

O futuro do entretenimento moderno também passou, no começo de 2006, pelos domínios da Apple. A Disney, antes imbatível, pagou 7,4 bilhões de dólares pela Pixar, empresa de animação comandada por Jobs, responsável pela popularização da animação digital no cinema.

Além de dois Oscars, a Pixar ainda ostenta a melhor bilheteria por um desenho da história: "Procurando Nemo", de 2003, lucrou nada menos que 864 milhões de dólares em todo o mundo.

Design

A influência da Apple no mercado conta com outra forte influência. O design dos aparelhos da companhia, criados pelo time capitaneado por Jonhatan Ive, é uma unanimidade e facilmente reconhecido. Pesquisadores de design afirmam que até mesmo programas de TV e equipamentos domésticos se inspiraram nas curvas sutis e no visual com cores fortes e efeitos de transparência introduzidos pela primeira linha iMac.

É notável também a aposta da empresa em formatos estranhos à computação pessoal, como o PowerMac Cube, na forma de um quadrado com oito centímetros de lado, ou o segundo iMac, camuflado sob o formato de uma luminária.

Em 2005, a Apple foi responsável pela venda de 4% dos computadores mundiais, segundo dados da consultoria de tecnologia IDC. Pode parecer pouco. Não para os fanáticos consumidores da Apple. Nem para a influência que eles causam nos hábitos de consumo de tecnologia em todo o planeta.

Fonte: IDG