

## EXPEDIENTE EDITORIAL

## Editores

Rafael Peregrino da Silva, [rperegrino@linuxmagazine.com.br](mailto:rperegrino@linuxmagazine.com.br)  
Rafael Pereira Rigues, [rrigues@linuxmagazine.com.br](mailto:rrigues@linuxmagazine.com.br)

## Direção de Arte e Projeto Gráfico

Luciano Hage Dias, [lhage@linuxmagazine.com.br](mailto:lhage@linuxmagazine.com.br)  
Judith Erb, [jerb@linuxnewmedia.de](mailto:jerb@linuxnewmedia.de)

## Centros de Competência

Centro de Competência em Software:  
Oliver Frommel, [ofrommel@linux-magazine.com](mailto:ofrommel@linux-magazine.com)  
Centro de Competência em Hardware:  
Mirko Dölle, [mdoelle@linux-magazine.com](mailto:mdoelle@linux-magazine.com)  
Centro de Competência em Redes e Segurança:  
Achim Leitner, [aleitner@linux-magazine.com](mailto:aleitner@linux-magazine.com)

## Correspondentes &amp; Colaboradores

Augusto Campos, Carsten Schnober, Christiano Anderson, Christoph Wegener, Frank Wieduwilt, José Maria Ruiz, José Pedro Orantes, Kristian Kissling, Manfred Schulerburg, Marc André Selig, Marcel Hilzinger, Max Werner, Mirko Dölle, Rafael Rigues, Rafael Peregrino da Silva, Richard Baraban, Tim Schürmann, Wilhelm Dolle, Zack Brown.

## Tradução e Revisão

Ermida, [ermida@ermida.com](mailto:ermida@ermida.com)

## Design da Capa

Pinball, [info@pinball-werbeagentur.de](mailto:info@pinball-werbeagentur.de)

## Anúncios:

[www.linuxmagazine.com.br/Advertise](http://www.linuxmagazine.com.br/Advertise)

## Brasil

Wladimir Porto, [anuncios@linuxmagazine.com.br](mailto:anuncios@linuxmagazine.com.br)  
Tel./Fax: +55 (0)11 2161 5400  
Cel.: +55 (0)11 8457 1761

## Todos os países (exceto Alemanha, Áustria e Suíça)

Brian Osborn, [ads@linux-magazine.com](mailto:ads@linux-magazine.com)  
Tel.: +49 (0)6509 910 495  
Fax: +49 (0)6509 910 497

## Alemanha, Áustria e Suíça

Osmund Schmidt, [anzeigen@linux-magazine.com](mailto:anzeigen@linux-magazine.com)  
Tel.: +49 (0)6335 9110  
Fax: +49 (0)6335 7779

## Diretoria

Rafael Peregrino da Silva, [rperegrino@linuxmagazine.com.br](mailto:rperegrino@linuxmagazine.com.br)  
Claudio Bazzoli, [cbazzoli@linuxmagazine.com.br](mailto:cbazzoli@linuxmagazine.com.br)

## Linux Magazine

Rua Arizona, 1439  
Conj. 5B - Cidade Monções  
04567-003 - São Paulo - SP - Brasil  
Tel.: +55 (0)11 2161 5400  
Fax: +55 (0)11 2161 5410

## Assinaturas:

[www.linuxmagazine.com.br/Subs](http://www.linuxmagazine.com.br/Subs)  
Preço: (12 edições incluindo CD mensal): R\$143,00  
Email: [assinaturas@linuxmagazine.com.br](mailto:assinaturas@linuxmagazine.com.br)  
Preço Unitário: R\$14,90

## Na Internet:

[www.linuxmagazine.com.br](http://www.linuxmagazine.com.br) - Brasil  
[www.linux-magazin.de](http://www.linux-magazin.de) - Alemanha  
[www.linux-magazine.com](http://www.linux-magazine.com) - Portal Mundial  
[www.linuxmagazine.com.au](http://www.linuxmagazine.com.au) - Austrália  
[www.linux-magazine.ca](http://www.linux-magazine.ca) - Canadá  
[www.linux-magazine.es](http://www.linux-magazine.es) - Espanha  
[www.linux-magazine.pl](http://www.linux-magazine.pl) - Polônia  
[www.linux-magazine.co.uk](http://www.linux-magazine.co.uk) - Reino Unido  
[www.linux-magazin.ro](http://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 por advirem de seu uso. A utilização de qualquer material da revista bem como do CD-ROM incluso ocorre por conta e risco do leitor. O CD-ROM foi testado extensivamente e, até onde pudemos verificar, se encontra livre de qualquer vírus ou outro tipo de software de conteúdo malicioso, bem como de defeitos.

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, e-mails, 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., São Paulo/SP, Brasil.

Distribuído por Fernando Chinaglia Distribuidora.

Direitos Autorais e Marcas Registradas © 2004 - 2005:  
Linux New Media do Brasil Editora Ltda.

Impressão e Acabamento: Prol Grafica

ISSN 1806-9428

Impresso no Brasil



# Vende mais porque é fresquinho...

## Prezado leitor, prezada leitora da Linux Magazine,

em recente conversa com Jon 'maddog' Hall, explicava a ele que, muito embora os computadores do programa PC Conectado gozem de melhores condições de comercialização no mercado brasileiro se equipados com Software Livre, a empresa Positivo Informática havia publicado uma nota em que afirmava que apenas uma fração dos computadores populares vendidos por ela haviam sido entregues com o Linux pré-instalado. A grande maioria das máquinas é vendida – a um preço superior – com o *Windows® XP Starter Edition*, cujos recursos deixam muito a desejar se comparado com o que está disponível atualmente em tecnologia de código aberto.

Como explicar essa distorção? Há três importantes aspectos comerciais a serem observados na introdução de um produto, como os que estão sendo comercializados sob a chancela do programa PC Conectado, que fogem do simples debate ideológico – e mesmo tecnológico – envolvendo a adoção de sistemas de código aberto ou de código fechado: o treinamento da equipe de vendas, a motivação da equipe de vendas e o custo de aprisionamento da venda em si.

No primeiro deles, o que temos hoje é uma equipe de vendas totalmente despreparada para vender sistemas livres. Isso é grave. Não é à toa que se amontoam os relatos de casos em que os vendedores, *a priori*, tentam “desovar” máquinas com o sistema proprietário de plantão instalado.

Quando especificamente abordados para vender máquinas com Linux, há casos em que os membros das equipes de vendas de grandes lojas demonstram má-vontade de apresentar o produto. É que a maioria deles trabalha com uma meta de vendas, normalmente estabelecida em um esquema de ganho fixo mais comissão, esta última em geral calculada como um percentual do que foi auferido no processo de venda. Uma vez que sistemas livres são mais em conta e mais “difíceis de vender” que os sistemas dotados de seus equivalentes proprietários, a motivação para vendê-los é menor, já que a comissão recebida pelo vendedor também o será. É aí que entra o terceiro aspecto comercial da venda de PCs dotados de software comercial: o custo de aprisionamento.

Uma vez que um PC é adquirido com software proprietário, vai ser necessário que ele seja equipado com o que há de comum nesse mercado: um pacote de aplicativos para escritório, aplicativos antivírus e multimídia etc. Assim, quem compra um PC com sistema proprietário vai ter, inevitavelmente, que comprar na loja mais alguns produtos, desta vez em software. Ou seja, ele está “preso” às necessidades que o sistema gera. Uma outra “solução” a que muitos devem infelizmente acorrer no caso de uma compra como essa é a banquinha da esquina para comprar o sistema e seu conjunto de aplicativos padrão por R\$ 20,00.

Como remediar essa situação? O mercado é implacável: com demanda – que só pode ser criada por uma oferta atraente e com informação clara sobre as vantagens de sistemas de código aberto. Talvez uma abordagem como a que é feita hoje para telefones celulares seja uma saída para programas desse tipo. De qualquer modo, se algo não for feito para resolver o problema, estaremos travando uma batalha inglória dentro de uma realidade em que o software proprietário e a pirataria ainda reinam.



Rafael Peregrino da Silva  
Editor

