

Expediente editorial

Diretor Geral

Rafael Peregrino da Silva
rperegrino@linuxmagazine.com.br

Editores

Flávia Jobstraibizer
fjobs@linuxmagazine.com.br
Kemel Zaidan
kzaidan@linuxmagazine.com.br

Editora de Arte

Larissa Lima Zanini
llima@linuxmagazine.com.br

Colaboradores

Alexandre Borges, Alexandre Santos, Augusto Campos, Charly Kühnast, Dirk Merkel, Irfan Habib, Jon 'maddog' Hall, Klaus Knopper, Kurt Seifried, Marcel Gagné, Mike Adolphs, Nathan Willis, Ramon Wartala, Stefan Wintermeyer, Wolfgang Dautermann, Zack Brown.

Tradução

Elias Praciano, Michelle Ribeiro, Pablo Hess,
Sebastião Luiz da Silva Guerra e Tadeu Carmona.

Editores internacionais

Uli Bantle, Andreas Bohle, Jens-Christoph Brendel, Hans-Georg Eber, Markus Feilner, Oliver Frommel, Marcel Hilzinger, Mathias Huber, Anika Kehrer, Kristian Kibling, Jan Kleinert, Daniel Kottmair, Thomas Leichtenstern, Jörg Luther, Nils Magnus.

Anúncios:

Rafael Peregrino da Silva (Brasil)
anuncios@linuxmagazine.com.br
Tel.: +55 (0)11 3675-2600

Penny Wilby (Reino Unido e Irlanda)
pwilby@linux-magazine.com

Amy Phalen (América do Norte)
aphalen@linuxpromagazine.com

Hubert Wiest (Outros países)
hwiest@linuxnewmedia.de

Diretor de operações

Claudio Bazzoli
cbazzoli@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.es – Espanha
www.linux-magazine.pl – Polônia
www.linux-magazine.co.uk – Reino Unido
www.linuxpromagazine.com – América do Norte

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 advêm 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. Assuma-se que qualquer correspondência recebida, tal como cartas, emails, faxes, fotografias, artigos e desenhos, sejam 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 São Bento, 500
Conj. 802 – Sé
01010-001 – São Paulo – SP – Brasil
Tel.: +55 (0)11 3675-2600

Direitos Autorais e Marcas Registradas © 2004 - 2011--:
Linux New Media do Brasil Editora Ltda.
Impressão e Acabamento: RFR Donnelley
Distribuída em todo o país pela Dinap S.A.,
Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo.

Atendimento Assinante

www.linuxnewmedia.com.br/atendimento
São Paulo: +55 (0)11 3675-2600
Rio de Janeiro: +55 (0)21 3512 0888
Belo Horizonte: +55 (0)31 3516 1280

ISSN 1806-9428

Impresso no Brasil



Vergonha alheia

Cesare Lombroso (1835 – 1909), pai da Antropologia Criminal, uma vez declarou ser “escravo dos fatos”. Essa prática está custando a chegar ao departamento de marketing de algumas empresas de tecnologia, mormente a Microsoft, que, apesar de vir melhorando no trato com a concorrência de código aberto, ainda peca quando a solução rival bate de frente com os produtos que são carros-chefes da companhia.

Como disse Jim Zemlin recentemente, quando declarou que o Linux já superou em adoção a Microsoft em praticamente todas as áreas e segmentos da tecnologia da informação, à exceção do desktop, nossa intenção neste editorial não é “chutar cachorro morto”. Mas a mais recente escorregada da máquina de marketing da Microsoft realmente merece algumas considerações, já que optou pela tática de espalhar meias-verdades ao invés de se ater aos fatos. Nossa iniciativa aqui não pretende discorrer sobre os quesitos “analisados” pela Microsoft a respeito da concorrência – nem há espaço aqui para isso –, mas sim abordar a prática utilizada nessa análise, que ainda recorre ao uso da velha tática de espalhar medo, incerteza e dúvida (do inglês, *Fear, Uncertainty and Doubt* – FUD), o que não é mais compatível com uma sociedade com pleno acesso à informação. Quem quiser conhecer os “argumentos” utilizados pela empresa, pode lê-los em <http://bit.ly/m9rfNs>.

O material que deu causa à nossa análise foi a peça de marketing intitulada “Compare e descubra por que Microsoft é a melhor solução para a sua empresa”, distribuída a alunos da Universidade Presbiteriana Mackenzie – um contra-senso, já que o teor do material é corporativo e o ambiente ali é universitário. É até possível imaginar que entre neófitos em tecnologia, a “mensagem” possa “colar” – algo questionável, entretanto, já que a maioria das universidades de tecnologia brasileiras abraçou o uso de Linux e Software Livre em seus cursos. Contudo, não dá para entender como uma peça como essa poderia convencer profissionais de TI “de verdade” sendo tão superficial, quando não descaradamente mentirosa.

Esse tipo de marketing presta um desserviço à gigante de Redmond. Não houve como evitar um sentimento de “vergonha alheia” ao ler os referidos “argumentos”. Em tempos de redes sociais, com informações sendo disseminadas tão rapidamente, como uma empresa que ocupa posição de liderança em vários segmentos da TI pode se dar ao luxo de se expor ao ridículo dessa maneira? Não havia pontos fracos reais a explorar nas tecnologias rivais que tornassem desnecessário disparar uma saravada de inverdades sobre elas?

Nossa leitura sobre o episódio é de que há atualmente manifesto desconforto na Microsoft com aplicativos migrando para a nuvem e com a diminuição da importância do desktop tradicional, além do consequente desenvolvimento do mercado de dispositivos móveis – áreas em que a empresa de Bill Gates nunca decolou de verdade e onde o Linux e o Software Livre tornaram-se o padrão. Isso não justifica o retrocesso a esse tipo de marketing de conteúdo e qualidade questionável, mas o explica. Fica aqui nosso protesto e recomendação: dá para ser melhor! ■

Rafael Peregrino da Silva
Diretor de Redação