

Microsoft quiere rejuvenecer su imagen

David Alandete

Antes, el Mac era la persona cool, el joven moderno con deportivas preocupado tanto por el diseño como por la potencia de su ordenador. Su antagonista, el PC, era un señor mayor con gafas, traje gris, patoso e ineficiente. Ésa es la imagen que desde 2006 han construido laboriosamente los famosos anuncios de Apple: "Hazte con un Mac". Fue, de hecho, una campaña efectiva. Hasta que llegó Lauren De Long.

Por una vez, Microsoft se ha adelantado a su tiempo y ha lanzado una campaña acorde con los tiempos de crisis llamada "Es un PC". En ella, la compañía ofrece 1.000 dólares (754 euros) a una persona anónima para que compre un portátil. De Long es la primera elegida. Pelirroja, joven y moderna, lo primero que hace es, claro, ir a una tienda de Apple.

Allí se tiene que enfrentar a la realidad: que el Mac de 999 dólares tiene una pantalla de 13 pulgadas, 120 gigas de memoria y es de plástico blanco. Ella quiere un ordenador de 17 pulgadas, que Apple vende por no menos de 2.799 dólares. "No soy lo suficientemente cool para Mac", dice, y acude a una tienda de electrónicos de oferta, donde encuentra un PC de 17 pulgadas y 250 gigas de almacenamiento por 700 dólares. Se ahorra los 300 restantes.

El mensaje de Microsoft es claro: gastar más no significa ser más guay. De hecho, en tiempos de crisis, es ilógico. Los datos de ventas parecen secundar la estrategia: en febrero, en plena recesión, las ventas de PC subieron un 22% respecto a 2008, mientras las de Apple descendieron un 16%, según datos de la consultora NPD. El precio, en tiempos de crisis, es determinante.

La campaña ha provocado la ira de los fanáticos de Mac. En los blogs de seguidores de Apple se ha revelado que De Long no es una ciudadana anónima, sino una actriz. En pormenorizados análisis del anuncio han demostrado que la supuesta clienta nunca entra en la tienda Apple y argumentan que el PC que compra, un HP, es de dudosa calidad. Según el bloguero de Computerworld Seth Weintraub "es lento, tiene una pantalla abismal, su sistema de redes está cinco años atrasado y está lleno de software innecesario y antivirus de prueba que el cliente debe comprar o borrar del ordenador". "Apple sólo vende un portátil de 17 pulgadas con una pantalla de gran calidad y alta resolución", dice Prince McLean en Apple Insider. "No hay fabricante de PC que venda algo similar a un MacBook Pro por menos de 1.000 dólares", añade.

Sobre Lauren de Long se ha difundido información familiar, gustos personales, películas y anuncios en los que ha aparecido en imágenes comprometidas sacadas de redes sociales, como una de la actriz lamiendo una botella de vodka. De Long se arriesga a pasar de mesías a paria del PC.

El País, Madrid, 9 abr. 2009, Tecnología, online. Disponible em <www.elpais.com>. Acceso em: 14 abr. 2009.