Uma banana para os clientes
Silvio Lefèvre

Frustrados com o péssimo funcionamento do Windows Vista, os clientes que adquiriram esse sistema operacional para instalar em seus micros ou que já compraram máquinas com o dito cujo instalado, aguardavam ansiosamente pela chegada do Windows 7. Que, segundo alguns, é uma espécie de "Windows Vista consertado".

Pois não é que o Windows 7 chegou e os compradores do Vista foram deixados ao Deus dará? Sim, eles foram deixados com as maiores dúvidas: será que tem direito a um upgrade gratuito para o W7? Ou será que vão ter que pagar? Se for para pagar será um preço com desconto? Que preço? Será que um upgrade vale para todas as diversas versões do Vista ou só para as mais caras? Será que vai haver um CD de upgrade ou este vai poder ser feito por simples download na internet?

Entrei nos sites das principais revendas da Microsoft e só encontrei à venda as quatro versões completas do W7, cujos preços variam de R$ 329 a R$ 669. Nada de upgrade... Entrei no site da própria Microsoft e aí tudo é mais confuso ainda... páginas e páginas de bláblábla sobre as maravilhas do W7, mas nada de resposta clara a estas perguntinhas básicas que listei acima. No site da HP (marca do meu malfadado micro com o Vista...) nada também sobre o meu direito ou não de fazer upgrade e como fazer ou não fazer isso.

E aí, eis que surge outra dúvida legítima dos legítimos proprietários de uma licença do Vista, desejosos de tentar a "7ª. solução" da Microsoft: se fizerem esta migração, pagando ou não pagando, com CD ou por download, será que a mesma vai formatar todo o micro, deletando tudo que está lá ou simplesmente vai atualizar o sistema operacional, sem mexer nos outros programas instalados e nos arquivos pessoais ali bem salvos?

Fui procurar resposta a esta outra questão crucial para saber se vale a pena ou não fazer este tão misterioso upgrade. E sabem o que descobri, não nos sites oficiais, mas nestes fóruns de usuários desesperados? Que a questão do upgrade é tão complexa que tem uma tabela determinando quais tipos de Vista podem fazer upgrade para quais variantes do W7 e quais alternativas exigem a instalação completa do W7. Como cada um dos programas tem 4 tipos, são 16 situações diferentes...

Consultei os mais brilhantes especialistas e estes me aconselharam: "Mesmo que dê para fazer upgrade na sua máquina, o melhor é você fazer um bom backup de tudo antes, pois nunca se sabe os problemas que podem ocorrer"...

Sabem o que tudo isso significa? Um profundo desrespeito aos clientes que se arriscaram a comprar seu produto anterior (o Vista). Mais do que isto, uma violência contra eles. Sim, pois antes de começar a vender adoidada o Windows 7 completo, a Microsoft tinha a obrigação de dar uma solução precisa (e de preferência gratuita) para todos os que apostaram na fracassada versão anterior do seu sistema operacional.

E o que acontece então com aqueles que, sabiamente, não entraram na do Vista e ficaram encastelados no Windows XP que, depois de alguns "service packs" reparadores, acabou se revelando um sistema eficiente? Se estes clientes quiserem ir para o W7 terão que pagar a conta salgada inteirinha... E, aliás, mesmo que estejam dispostos a pagar esta conta, se tiverem o cuidado de analisar as especificações necessárias em suas máquinas para nelas botar o W7, descartarão de imediato esta ideia maluca. Isto porque, certamente, os micros que têm há alguns anos já, de repente Pentiuns daqueles até bem incrementados, simplesmente não têm memória suficiente para processar o W7. Se botarem neles este sistema operacional, em vez de agilizar suas máquinas vão transformá-las em tartarugas.

Está claro, assim, que a Microsoft, em acordo (melhor dizendo em "conluio") com as grande marcas de computadores, vai criando a cada vez programas que exigem mais memória das máquinas, a fim de tornar obsoletas as máquinas anteriores. O W7 foi feito para que os pobres

consumidores descartem seus computadores da penúltima geração e comprem outros novos, bem potentes, para “suportá-lo”, no sentido inglês e no português também desta palavra.

E o que acontece então com aqueles clientes que se consideram bem atendidos pelos computadores que têm e pelo Windows XP neles instalado, mas que precisam comprar uma nova máquina, não tão potente, mas capaz de operar perfeitamente com o XP? Estão condenados à clandestinidade, pois simplesmente não se vende mais o XP oficialmente, nas revendas.. Assim, a Microsoft, que tanto reclama da pirataria, empurra ela mesma uma boa parte dos seus clientes para os camelôs que continuam vendendo o XP “capitão gancho”. Mesmo porque este segmento de clientes não tem condição de comprar ao mesmo tempo um novo micro, ultra-potente, e pagar o preço altíssimo do W7 oficial.

Num desses fóruns de usuários, encontrei dezenas de comentários furiosos, como este abaixo: “Um absurdo total esses preços. Por isso é que peço pra trazerem de fora/compro no Paraguai/baixo/compro piratão. A Microsoft pensa que somos o quê, ricos? Nem todos podem sair por aí dando R$ 700 em um sistema operacional (logo quando existem sistemas livres como o Linux). Quando a Microsoft aprender a nos respeitar, isto é, vender seu sistema por um preço melhor, aí sim penso em comprar por aqui. Mas enquanto continuar assim, nunca!”.

Este cliente e todos os de perfil semelhante, que são muitos (talvez a maioria do mercado) certamente não foram ouvidos pelos certamente bem diplomados marqueteiros da Microsoft. Aos quais, aliás, cabe perguntar se nos seus MBAs ensinaram a lei da oferta e da procura. E se os seus professores explicaram que mesmo quando uma empresa é monopolista num mercado, suas vendas continuam sendo inversamente proporcionais aos preços praticados. Pois é... a menos que a Microsoft tivesse uma séria limitação industrial ou comercial, que a impossibilitasse de produzir e vender mais (hipótese esta de que nunca ouvi falar), ela só teria a ganhar (e muito) se baixasse radicalmente os seus preços, a fim de multiplicar dezenas de vezes as suas vendas e assim tornar desvantajosa a pirataria... E se, além disso, respeitasse os que já são clientes, até por serem multiplicadores de opinião, em vez de lhes dar uma banana... suas vendas poderiam ser multiplicadas por até 100 ou mais. Where are you, Bill?

Propmark, São Paulo, 9 nov. 2009, p. 12.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais