



A Microsoft não é exatamente conhecida por suas marcas “boas”, pelo menos em geral.

Na verdade, “acertar e errar” é como eu descreveria a capacidade da Microsoft de realmente *nome* coisas. [Xbox](#) é legal, mas Xbox One, Series X|S, Xbox 360? Tudo começou a ficar um pouco confuso. “Surface” também é legal, mas em algum momento ao longo do caminho a Microsoft parou de fornecer números, então agora temos o Surface Pro “11^a Edição” em vez de simplesmente o Surface Pro 11 (que é o que a maioria das pessoas procura de qualquer maneira). Também gosto bastante da marca Microsoft Edge. Depois, há o próprio Windows, que talvez esteja entre as marcas e produtos mais reconhecidos da história.

Sinônimo de Windows, nas últimas décadas, é seu conjunto de ferramentas de produtividade conhecido na grande maioria do mundo como “Microsoft Office”. Pelo menos, costumava ser. Há alguns anos, a Microsoft inexplicavelmente rebatizou-o para “Microsoft 365”, jogando fora décadas de reconhecimento da marca e removendo de seu nome a função real do produto. É tão estúpido que a própria Microsoft reconhece a estupidez, tendo que listar o Microsoft 365 como “Microsoft 365 (Office)” em várias lojas de [aplicativos](#), porque eles sabem quanta confusão criaram com sua mudança de nome equivocada.

Mas espere, fica pior. Diga oi para “Microsoft 365 Copilot”. Sim.

Se você achou que a primeira reformulação da marca do Office foi idiota, a Microsoft decidiu levá-la para o próximo nível com o Microsoft 365 Copilot



A reformulação da marca foi tão idiota que a própria Microsoft sabia que era idiota, por isso o Microsoft 365 ainda é chamado de Microsoft 365 (Office) em lojas de aplicativos como o Android. (Crédito da imagem: Microsoft)

Suspirar. Por onde começar com este.

A Microsoft está tão desesperada para promover seu contêiner ChatGPT, o “Microsoft Copilot”, que o anexou a um de seus únicos produtos de consumo populares, como uma espécie de membro vestigial. Com esta atualização, aplicativos como Word, Excel e outros ganham “integração” do Copilot, embora até agora os resultados não sejam exatamente bons. A capacidade do Copilot realmente interagir com seus documentos no Excel é bastante limitada. Pedi para remover as menções a um período que copiei e coleí por engano em uma de minhas planilhas, e ele basicamente retornou com um guia sobre como pressionar delete para remover [dados](#) das células. A palavra é uma história semelhante. Você pode destacar o texto e clicar em um botão para que o Copilot reescreva as coisas para



você... mas não tenho certeza exatamente quando isso seria útil.

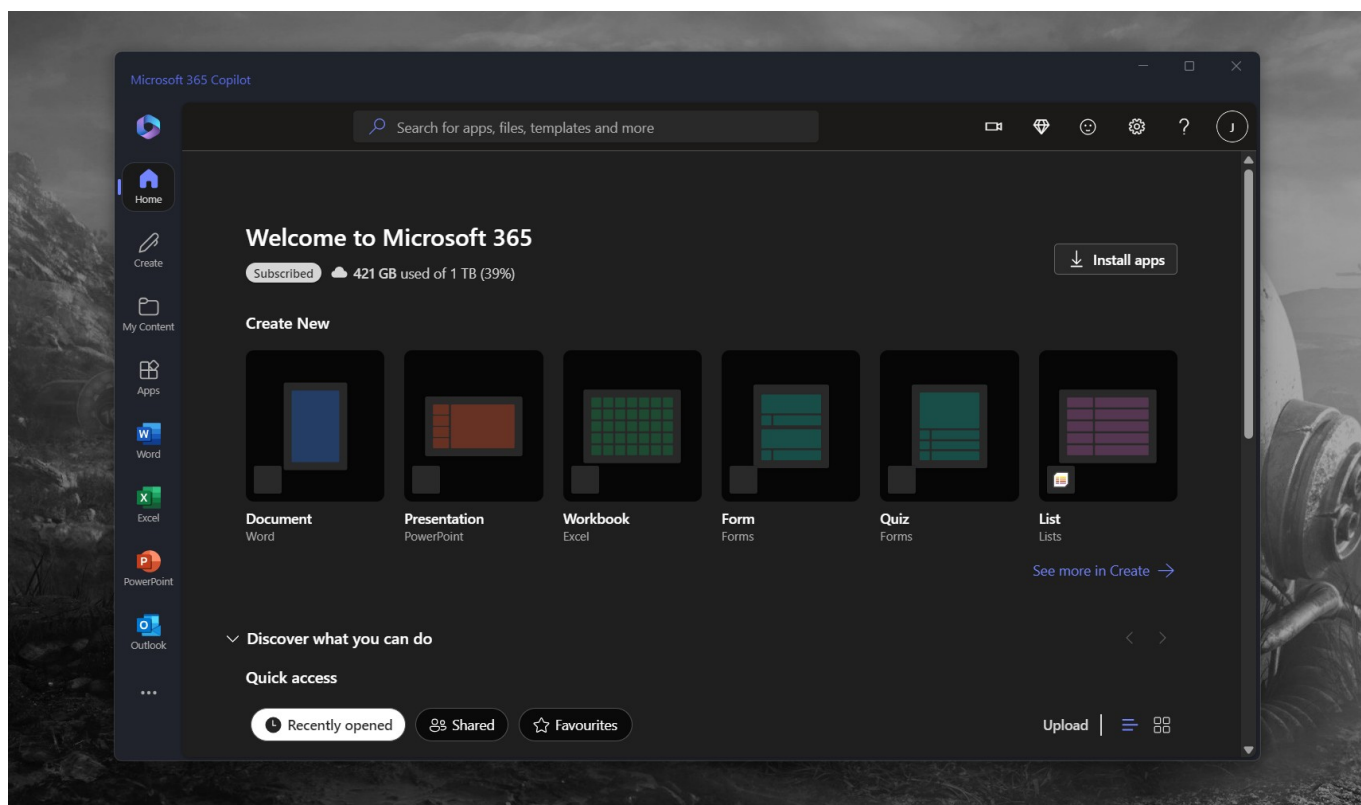
O Copilot tem sua utilidade com certeza, assim como o ChatGPT. Acho que as implementações atuais do Copilot pela Microsoft são desanimadoras, mas não estamos aqui para revisar o Copilot agora. O que estamos a debater é a virtude de associar a marca de uma plataforma na qual os consumidores têm, até agora, demonstrado muito pouco interesse, a um produto concebido para tarefas muito específicas. Seria como chamar o Office de “Microsoft Office Clippy” na época em que esse recurso foi inventado e implementado.

Todas as últimas notícias, análises e guias para fanáticos por Windows e Xbox.

O próprio Microsoft 365 era uma ideia absurda, desperdiçando décadas de memória muscular cultural pelo que parece ser um esforço ideológico, em vez de um esforço baseado no bom senso. Chamar isso de Microsoft 365 Copilot, antes mesmo de o Copilot ser realmente uma coisa, mais uma vez me parece completamente estranho. Ela vem do mesmo pensamento corporativo exagerado da marca “Copilot+ PC”, que até agora os consumidores rejeitaram no atacado. Isso vem do mesmo exercício inútil de mudar a marca do agregado de notícias mundialmente reconhecido de “MSN” para “Microsoft Start”, apenas para voltar atrás depois de alguns meses.

Quem ou o que está motivando essas escolhas malucas de branding?

Não tenho certeza de quem toma essas decisões na Microsoft, mas são todos malucos



40 anos de reconhecimento de marca jogados fora literalmente sem motivo. (Crédito da imagem: Windows Central)

Na minha opinião, o Copilot não está pronto para o horário nobre, operando como um wrapper web básico para ChatGPT com integração, recursos e capacidades dolorosamente



limitados no nível do sistema. Ao avançar e colocar os holofotes no Copilot hoje, a Microsoft corre o risco de o “Copilot” se tornar sinônimo de inutilidade, assim como o próprio Bing, ao mesmo tempo em que espalha a dor em produtos e serviços que, de outra forma, seriam realmente *bom*.

Tenho certeza de que algum dia o Microsoft Copilot poderá realmente ser algo com que as pessoas se preocupam ativamente, mas hoje dificilmente oferece qualquer diferenciação do ChatGPT, devido à falta de inovação da própria Microsoft. Não há nenhuma razão real para usar o Microsoft Copilot em vez do ChatGPT hoje, e a Microsoft até agora tem lutado para resolver isso. A integração do Copilot com Word e Excel é desanimadora, e os recursos do Copilot + PC, como o Windows Recall, tiveram que ser recuperados, enquanto a Microsoft tropeça em si mesma tentando acompanhar o ritmo das plataformas concorrentes.

RELACIONADO: Por que a Microsoft não será a empresa que integrará a IA do consumidor

A reformulação da marca do Microsoft Office foi idiota no início, atropelando um legado que se estende por décadas. A segunda reformulação da marca anexando o Copilot é ainda mais estúpida e segue o processo de pensamento do Copilot + PC de colocar firmemente a carroça vários quilômetros à frente dos bois. O Copilot não conquistou o direito de ser apresentado ao lado de marcos culturais tecnológicos como o Microsoft Excel ou o Microsoft Word. Pelo menos hoje não faz nada que o ChatGPT não faça, exceto ter um pouco mais de censura.

@satyanadella ok, então tive uma ideia ... pic.twitter.com/HdBZL9jEjB16 de janeiro de 2025

A única mudança de marca para Copilot que *poder* faz sentido é colocá-lo no Bing. Bing é sinônimo de baixa qualidade agora (razoavelmente ou não), renomear o mecanismo de busca para “Copilot.com” se alinharia mais com o que a Microsoft está fazendo com a busca de qualquer maneira, potencialmente. “Ask Copilot” soa melhor do que “Bing it”. O Bing não tem nada a perder em termos de confiança do consumidor, mas anexar o Copilot a marcas existentes globalmente reconhecidas e amadas globalmente parece uma tarefa tola.

A tendência da Microsoft para avançar com exercícios de branding frequentes e impensados corre o risco de criar conotações negativas, ao mesmo tempo que se apresenta como uma empresa que não tem ideia do que está realmente a fazer. No momento em que este artigo foi escrito, o “Office 365” ainda tem o dobro da quantidade de tráfego de pesquisa do “Microsoft 365”. O Microsoft 365 Copilot praticamente não tem nenhum.

