

# APPLE NO BRASIL: O QUE PENSAM OS USUÁRIOS

**R**esolvemos fazer uma coluna Ombudsmac diferente. Demos uma rodada entre os BBSs de Mac perguntando quais suas esperanças, dúvidas e frustrações em relação à Apple e sua chegada ao Brasil. O resultado está aqui:

“Na minha opinião, a Apple no Brasil precisa ser agressiva, com a mentalidade típica de quem sabe e conhece que o Macintosh é de longe o melhor computador do mundo. Tem a melhor plataforma de trabalho, a melhor interface e a melhor tecnologia. A Apple sempre tem “cartas na manga” que quando tira, todo o mundo da computação estremece!!!

Precisa ser estratégica. Se a Apple realmente puder ter pelo menos uma montadora de Macintoshes no Brasil, em Manaus, temos toda a chance de engolir o mercado. Para isso é muito importante bom preço e bom marketing mostrado na TV, como a IBM está fazendo atualmente. Só que realmente fazendo o brasileiro saber que ele não precisa saber “computês” para trabalhar com um computador. Creio também que a estratégia de cursos especiais como a CompuSource fez não deve ser interrompida. Mas com certeza a campanha de marketing teria que ser TODA ELA revisada e mudada. Não temos que usar os PCs como trampolins. O Mac é melhor, muito mais fácil e gostoso de usar, e isso irá vendê-lo no Brasil!!!”

**Irineu de Carli Júnior**

“Pelos histórias que conheço da Apple nos EUA, eu não espero muita coisa. Agora, a entrada dos clones no Brasil, aí sim, vamo vê se a cambada toma vergonha na cara e trata nós loucos (patrocinadores oficiais, vendedores oficiais e únicos a dar uma força para essas máquinas no nosso mercado de informática) um pouquinho melhor.”

**Plínio de Queiroz**

“O Meu primeiro pedido é meio manjado (por favor, não pulem em cima de mim!)

[1] mas... será que dava para dar uma sondada no Steve Jobs? De repente ele gostaria de voltar.

[2] Tira o logo da IBM no comercial das freiras eslovacas... please! Ele é bom demais!

[3] Bola uns comerciais hiper maneiros do tipo que a Apple fazia há uns anos.

[4] Assistência técnica!!!!!!!!!!!!!!!

E um beijo para a mamãe, para o papai, para a Francesinha e para a Malu Mader.”

**Pedro R. Doria**

“A Apple chega no Brasil... ótimo! Mas esperamos que chegue como chegou a Compaq e a Microsoft... com prédios na região da Berrini, suporte ao usuário, BBS, etc. O que eu gostaria de ver da Apple no Brasil:

- E-World.
- Mais evangelização e mais “Solution Provider” e “Solution Builder”, como da Microsoft.
- Propaganda agressiva, como a feita nos EUA.
  - Manufatura (ou Robofatura?) de hardware por aqui.
  - Reforçar a atuação no mercado de DTP com congressos, seminários e associações.
- Estratégia para abocanhar o mercado de 3D, que praticamente não existe por aqui, sendo que o PowerPC é uma excelente plataforma para tal.
  - Presença nas feiras de informática em estandes maiores que o da IBM, com grande variedade de produtos pronta-entrega e a preços competitivos.
  - Estratégia de marketing e suporte agressivo para o mercado corporativo (estimulando redes de Mac com PowerTalk como solução ideal para empresas) e idem para o usuário - que afinal de contas, é a pessoa mais importante, não como lucro, mas como formador de opinião. É isso aí. Se tiver tudo isso, vou ser um Macmaníaco feliz.”

**Carlos E. Witte**

“Propaganda agressiva da Apple nos EUA? Onde? Os caras são frouxos! Deixaram passar o bug dos Pentium sem falar nada! Ficam dizendo o que um punhado de boiolas têm em seus PowerBooks.

Ai, eu tenho a lista dos clubs gays mais descolados do Village no meu PB 540c.

Pelamadrugada!”

**Muti Randolph**

“Eu também tinha essa opinião sobre os filmes da Apple... eles bem que podiam ter se aproveitado dos bugs do Pentium e da calculadora do Windows. Daí outro dia, vi numa revista uma outra versão do porquê a Apple não compra essa briga: porque não tem o cacife necessário para competir no marketing com a Intel ou Microsoft. E se repararmos bem, é verdade, a concorrência se dá a nível de nobreza européia. O argumento é que essa não seria a hora certa de partir para a briga. Isso poderia se voltar de maneira muito pior para a Apple. Fica a regra “não mexa comigo que eu não mexo com você”. 10% do mercado...”

Eu acho que o comercial do PowerPC é legal prá cacete: “Power is to get things done while others are still thinking of it...”.

**Carlos E. Witte**

