

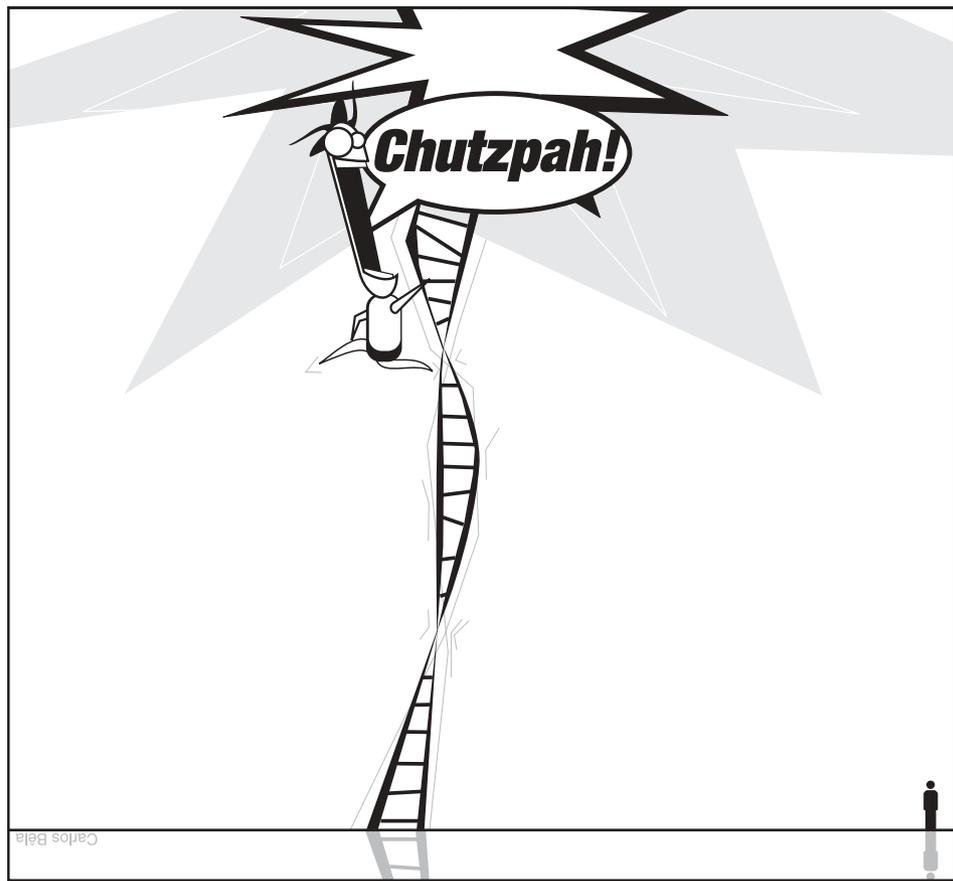


# Deixa que eu chutzpah

**C**hutzpah pronuncia-se “rrutzpá”. Yiddish para (no bom e no mau sentido) “audácia”, “falta de vergonha”, “cara de pau” e outras coisas menos publicáveis. Uma palavra que, consta, Steve Jobs usa muito, e uma coisa que, com certeza, ele tem. Mas, por que a citação? Bem, após anos quieto no meu canto, resolvo bancar o brasileiro, que escala a seleção perfeita na mesa do bar. Vou dar meus palpites sobre a Apple Brasil, neste momento entre a saída de Luciano Kubrusly e a vinda do Messias – o mínimo que o Mac-Mundo Brasil espera do próximo gerente geral da empresa no país. Não vou falar do feijão-com-arroz bobinho como “a Apple tem que abrir uma fábrica”, porque só os muito ingênuos não percebem que isso vai acontecer, e é apenas uma questão de tempo. Então, porque *chutzpah*? Porque quem vier a dirigir a Apple Brasil precisa ter *chutzpah* de dizer para a matriz o que se deve fazer, e se recusar a seguir a orientação de quem não entende bem o que é o Brasil. Explicando: os americanos, por conta da sua auto-suficiência em quase todas as áreas, têm dificuldade em compreender qualquer realidade que não seja a deles. Pra começar, no Brasil, até na área gráfica o Mac ainda é nicho, como provam os inúmeros trabalhos em CorelDraw de PC nos bureaus. Efeito da reserva de mercado que fez com que os PCs proliferassem e os Macs existissem durante anos de forma praticamente virtual, como um privilégio de quem viajava ou tinha contato com um bom contrabandista. Bem, tente explicar isso para um americano. Vão achar que você está maluco. Estou falando sério. O Brasil é difícil de entender se você não nasceu aqui.

Outra coisa simplíssima, mas incompreensível para um americano: a pirâmide social brasileira. Quem “mete a mão na massa” ganha pouco e tem pouca educação. Quem tem educação custa caro. OK, mas os CDs de assistência técnica da Apple são em inglês. Qual o problema? Afinal, apesar de o Mac OS existir em sueco (é, tem Mac OS, Office, etc. em sueco), os CDs dos técnicos suecos são em inglês, pois, afinal de contas, um sujeito que tem a educação mínima para fazer manutenção, suporte, consultoria, obviamente – ao Norte do

O Brasil é difícil de entender se você não nasceu aqui



Equador – sabe inglês. Só que aqui, técnicos que sabem bem inglês são muito caros, nenhuma empresa pode pagar e ser lucrativa. A saída seria traduzir os CDs. É, é complicado. Mão-de-obra barata, mas que sai caro. Mais difícil ainda é ter *chutzpah* para dizer pra eles: “Se vocês querem a fatia que podem ter do mercado brasileiro,” – e estamos falando em um mercado enorme – “vocês têm que investir pesado aqui por um bom tempo, o que significa, em termos contábeis, lucros pequenos ou mesmo negativos”. Investir em publicidade, refazendo os anúncios para o mercado brasileiro. Os anúncios de T, feitos para o mercado americano, lindos, quando repetidos aqui deixam apenas a pergunta “Bonito, muito bonito mesmo. Mas o que é que é essa caixa prateada, e este monitor colorido?” Investir em branding, pois se lá só Forrest

Gump não sabe o que é aquela maçã com “Apple” escrito em Garamond, aqui não é bem assim. A leitura ainda é “êipou”, ou “êipou da massintóshi”. E investir, mas investir mesmo, em treinamento. Treinamento nas revendas, nos pontos de varejo (supermercados etc.). E subsidiar, se necessário, a tradução das *killer apps* – as da Adobe e o MS Office seriam um bom começo. Senão, o futuro é de estagnação. O mercado quer que o seu computador seja em português. Ou quando foi que você viu um PC de mesa com Office em inglês? Pois é. Brasil não é Estados Unidos, São Paulo não é Cupertino, e é preciso *chutzpah* pra dizer isso e outras coisas pra matriz. Não pra sair pra briga, coisa improdutiva, mas para que a Apple Brasil deslanche. **M**

**MARIO JORGE PASSOS**  
É consultor de informática.  
<http://passos.net>

As opiniões emitidas nesta coluna não refletem a opinião da revista, podendo até ser contrárias à mesma.