

Google: publicidade online poderia crescer muito

Thais Sabatini

Atualmente, anúncios em rede no País têm 10% do mercado, o que não é o suficiente na visão de Fábio Coelho, diretor geral do buscador.

O Brasil ainda não acompanha o desenvolvimento do mercado de publicidade digital, segundo afirmou o diretor geral do Google no País, Fábio Coelho, nesta quarta-feira (04/05). A maioria do mercado por aqui é voltada para banners, quando existem outros modelos disponíveis.

Atualmente a publicidade online no País tem 10% do mercado, o que não é o suficiente, na visão de Coelho. "Eu acho que o Brasil deveria ter de 15% a 18% do bolo de mídia online neste ano para estar em um nível razoável."

Na percepção dele, a mídia brasileira é moderna e criativa e os profissionais já começaram a entender o conceito de integração, mas algumas mudanças ainda devem ser feitas. "Tem uma inércia de compra e programação que, eu acho, depende um pouquinho de nós educarmos o anunciante, trabalhar junto com eles, para que eles comprem mais e mais online e entendam o valor."

Facebook e concorrência

Segundo o executivo, o Facebook vai ajudar a expandir o mercado de publicidade online. "Eu vejo [o Facebook] mais como uma plataforma que veio para ajudar do que um concorrente que vai roubar uma participação significativa do Google."

Segundo ele, a companhia enxerga a concorrência vinda da rede social como uma coisa boa. A empresa, que tem 89% do mercado de busca no mundo, teve de aprender a disputar mercado com fortes concorrentes que surgiram a partir do seu exemplo.

"Temos que respeitar todo mundo com o entendimento de que é um mercado. Nós também fazemos isto", afirmou, citando a entrada da companhia no mercado de browsers para competir com o Internet Explorer, da Microsoft.

Fonte: IT Web, 4 maio 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://www.itweb.com.br>>. Acesso em: 6 maio 2011.