

## **Negócio avança também no mundo árabe**

*Alexandre Rocha*

No mundo árabe também é forte o avanço da internet. Pesquisa do instituto Gallup mostra que 62% dos jovens da região têm acesso à rede. A capilaridade dos serviços online ficou patente com o papel de divulgação que as mídias sociais tiveram nos protestos populares que se espalharam pelo Oriente Médio e Norte da África este ano.

A mesma pesquisa Gallup, feita com jovens de 15 a 29 anos de 20 países, informa que o número de internautas e de usuários de telefones celulares cria oportunidades de negócios ainda não exploradas. E as empresas estão atentas a isso, segundo Jawad Abbassi, diretor geral do Arab Advisors Group, empresa de consultoria nas áreas de comunicação, mídia e tecnologia com sede na Jordânia. "As empresas têm consciência da necessidade de anunciar na internet", disse o executivo.

Assim como no Brasil, ele afirma que o mercado de marketing online "cresce rápido" no mundo árabe, mas sobre uma base pequena de comparação. Abbassi estima que o bolo publicitário na região gire em torno de US\$ 2 bilhões anuais e que a participação da internet seja de cerca de US\$ 130 milhões atualmente. Mas, como no caso brasileiro, o executivo informa que muitas empresas não divulgam seu faturamento com anúncios, então não existem dados exatos.

Entre as companhias que mais fazem uso do marketing online nos países árabes, ele cita as próprias empresas de mídia, como a TV Al Jazeera, do Catar, e o grupo MBC, também de TV via satélite, com sede em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, mas que tem capital saudita.

Aliás, os canais por satélite, livres de restrições que podem ser impostas por autoridades de determinado país, são muito populares no mundo árabe. Para Abbassi, no caso do Egito, por exemplo, as redes sociais foram importantes no início dos protestos, mas o governo acabou cortando o acesso à internet em vários locais. Ele destaca que os telefones celulares e as TVs via satélite tiveram papel extremamente relevante na divulgação dos movimentos.

Independentemente da real importância que as redes sociais tiveram nos protestos, o fato é que ferramentas como o Twitter e o Facebook são cada vez mais populares. E as empresas estão conscientes disso também. "Nas redes sociais ela (a empresa) se deixa falar, dialoga com seus clientes, permite uma interação maior e significativa para o consumidor", declarou João Batista Ciaco, da Fiat do Brasil.

Segundo dados do Arab Advisors Group, a porcentagem de usuários de internet que utilizam redes sociais para se comunicar com os outros é de 54,6% na Arábia Saudita, de 59,3% no Egito e de 66,1% na Jordânia.

**Fonte: Agência Brasil, 9 maio 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br>>. Acesso em: 10 maio 2011.**