

Sites para casos e traição investem no país e já reúnem mais de 370 mil

Darlan Alvarenga

Três serviços estrangeiros chegaram ao país nos últimos 2 meses. Ashley Madison prevê 1 milhão de usuários e planeja abrir capital na bolsa.

O mercado internacional da traição descobriu o Brasil. Nos últimos dois meses, três sites internacionais especializados em relações extraconjugais abriram seus serviços no país. Juntas, a canadense Ashley Madison, a americana Ohhtel e a holandesa Second Love contam com cerca de 12 milhões de usuários ao redor do mundo e já reúnem mais de 370 mil pessoas no Brasil.

O grande atrativo dessas redes sociais é a facilidade de se conseguir uma "pulada de cerca" de forma rápida e discreta. Mas, se dentro dos sites a discricão é a chave do negócio, fora do ambiente virtual as empresas têm promovido estratégias bem barulhentas para divulgar seus serviços e apostam alto na libido e na infidelidade dos brasileiros.

A Ashley Madison, por exemplo, investiu cerca de US\$ 2,5 milhões (o equivalente a R\$ 4 milhões) no lançamento de sua página no Brasil e prevê gastar até o fim do ano pelo menos outros R\$ 3,5 milhões em marketing.

Criado há 10 anos no Canadá, o site é a maior rede de relacionamento extraconjugal do mundo, com presença em 15 países e mais de 10 milhões de usuários inscritos. O slogan é direto e dispensa metáforas: "A vida é curta. Curta um caso".

No país, o site entrou no ar na primeira semana de agosto e já bateu o recorde mundial da empresa para um lançamento. Até a última terça-feira (23), a empresa contabilizava 107 mil cadastros de brasileiros, que já gastaram no site cerca de R\$ 1,7 milhão. Mais de 22 mil inscrições foram feitas em pleno domingo do Dia dos Pais, data em que a empresa publicou seu primeiro anúncio em um jornal de grande circulação.

"O lançamento do Brasil nos surpreendeu. A nossa previsão era atingir 500 mil usuários em um ano, agora estamos ampliando para 1 milhão", afirmou em entrevista ao G1 a diretora do Ashley Madison Brasil, a indiana Jas Kaur. Segundo ela, a empresa está preparando um jingle para rádio e negocia com as emissoras de televisão inserções em intervalos comerciais.

"A gente quer gastar dinheiro aqui. Acreditamos que o Brasil será nosso segundo maior mercado já em 2012, só ficando atrás dos Estados Unidos", acrescenta a executiva. Ela afirma que a empresa estuda abrir um escritório no país e que entre os planos em estudo está até abrir capital na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).



Site instalou nesta semana no Rio outdoor com imagem do Cristo Redentor (Foto: Divulgação)

O comportamento do mercado brasileiro também surpreendeu os executivos do Ohhtel. Lançado em 11 de julho, o site já possuiu mais de 206 mil inscritos no Brasil. Com foco nas Américas, o serviço reúne 1,7 milhão de usuários em seis países.

"O Brasil era a nossa maior aposta na região, mas já superou todas as expectativas. Acredito que já no início do ano que vem iremos abrir em São Paulo o escritório central das operações na América do Sul", disse ao G1 a vice-presidente de operações do Ohhtel, Lais Priolli.

O grupo americano prevê investir R\$ 2 milhões em marketing até o final do ano e afirma ter interesse em patrocinar um time de vôlei ou até mesmo de futebol.

O primeiro outdoor do site Ohhtel foi instalado nesta quarta-feira na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, e promete abrir polêmica. Ao lado da imagem do Cristo Redentor, a publicidade exibe a mensagem: "Tenha um caso agora. Arrependa-se depois".

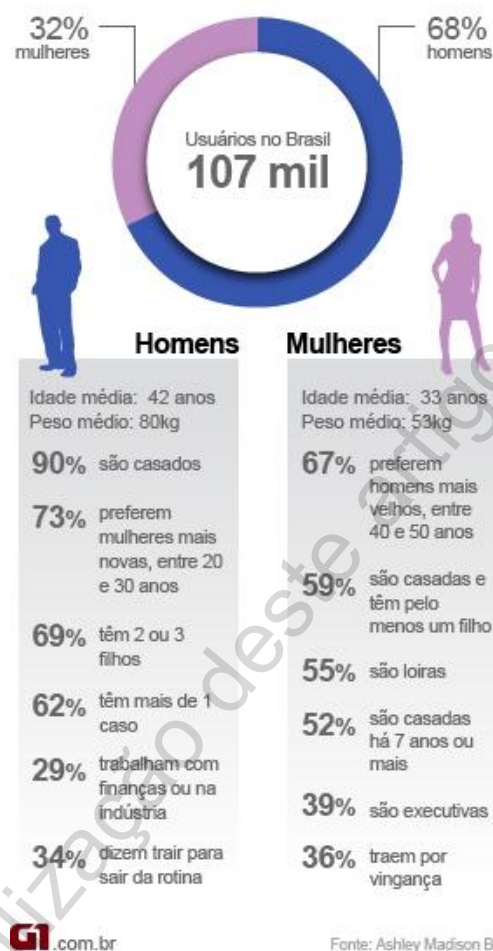
A empresa afirma que comprou os direitos de uso da imagem do símbolo religioso "para propósitos de publicidade" e que o objetivo foi usar "a melhor imagem que representa a Cidade Maravilhosa" para falar com o público carioca.

"Muitas pessoas pensam que São Paulo é mais conservadora que o Rio de Janeiro, mas nossos registros contam uma história diferente. Temos mais de 57 mil paulistas usando nossos serviços e, por outro lado, temos apenas 30 mil pessoas do Rio. Achamos que podemos atingir 100 mil membros no Rio rapidamente", diz Lais.

Perfil dos brasileiros do Ashley Madison

Site especializado em relações extraconjugais tem mais de 10 milhões de cadastrados no mundo

No Ashley Madison, São Paulo também lidera o número de cadastros, com quase 50% do total. O Rio de Janeiro aparece em segundo lugar, com cerca de 10%.



A maioria dos inscritos nestes sites são homens. Na versão brasileira do Second Love, 70% dos 60 mil cadastrados são homens e 30% mulheres. Lançado em 2008 na Holanda, o site soma mais de 200 mil usuários no mundo.

Para a diretora do Ashley Madison, a tendência é que o percentual de mulheres aumente. "Acreditamos que no Brasil a participação das mulheres chegue a 40%", afirma Jas. "As mulheres não têm fama porque são mais discretas e têm mais a perder do que os homens, mas a independência econômica está mudando isso".

100% gratuito para mulheres

O serviço desses sites é 100% gratuito para mulheres. Se no mundo real a tradição reservou aos homens o papel de pagar a bebida ou a conta, nestes sites os homens têm que pagar para mandar mensagens para os seus alvos e utilizar outras funcionalidades como sala de bate-papo, acesso a galeria de fotos e envio de presentes. No Second Love, a mensalidade custa a partir de R\$ 29,90. No Ashley e no Ohhtel o modelo se baseia na venda de créditos. Os pacotes mínimos custam, respectivamente, R\$ 49 e R\$ 60.

Segundo a executiva do Ohhtel, os dados dos brasileiros cadastrados no site mostram que as mulheres traem tanto quanto os homens. "O brasileiro trai muito e mais do que a média mundial. Numa

pesquisa que fizemos, 65% dos usuários responderam que tiveram pelo menos 5 casos extraconjugais. Nos outros países, 70% dos usuários afirmam já ter tido entre um e três casos", afirma Lais.

Adulterio saiu do Código Penal em 2005

A pesquisa feita com os usuários do Ohhatele mostra ainda que 69% dos homens e 62% mulheres casadas afirmam fazer sexo pelo menos uma vez por semana com o companheiro.

"Na nossa cultura nós aprendemos que adultério é imoral. O que nós estamos dizendo que não é tão simples assim", afirma a executiva. "O casamento é mais do que apenas sexo. Trata-se de amor, filhos, finanças e, para os católicos, uma instituição. Então para não acabar com o casamento ou viver o resto de sua vida sem sexo existe uma terceira opção que é ter um caso discreto".

Jas Kaur, do Ashley Madison, reconhece que esse tipo de serviço facilita a prática da infidelidade, mas destaca que a traição existe desde o começo dos tempos e lembra que o adultério saiu do Código Penal em 2005 e desde então deixou de ser motivo de prisão no país.

"É a mesma coisa que um motel. Vai quem quer. O que a gente está dizendo é: 'Se vai fazer, faça direito. Seja discreto, não vá tirar a aliança, ir a um bar e pegar uma pessoa inocente para depois ter cobrança e consequências indesejáveis", afirma a diretora do site.

Mas qual será a opinião pessoal de quem trabalha nessas empresas. Será que seus funcionários também são usuários destes sites? "Como não sou casada, não vejo a necessidade. Eu ainda acredito na monogamia e a empresa sabe disso. Vejo isso apenas como um business", diz Jas. "Não julgo as pessoas porque não sei o que se passa no relacionamento delas. Acho que a razão para existir a traição é as pessoas se esquecerem de se comunicar com o parceiro", opina.

Fonte: G1, 25 ago. 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://g1.globo.com>>. Acesso em: 26 ago. 2011.