

# *Almanac de Interlingua*

Numero 17 – Martio 2011

Editor: Cláudio Rinaldi ([almanacdeinterlingua@yahoo.com.br](mailto:almanacdeinterlingua@yahoo.com.br))

## Vive le Occidente!

*Le companias europeas e americanas apprende a divulgar lor marca in le paisas musulmanas, un mercato in expansion que ha un sol caracteristica universal: le religion.*

Felice es celles qui sape vender al musulmanes. Al fin, illes es multe: un in cata quatro habitantes del mundo. Illes es in expansion: in 2050, representara un tertio del population del planeta. E illes es juvene: in le Islam, 30 per cento del personas ha minus que 14 annos de etate, in comparation a un quarto in le media mundial. Tal numeros explica le interesse crescente del companias occidental in comprender iste mercato consumidor, como attestava le prime Forum Global de Marketing e Marcas Islamic, realisate in julio passate per le Universitate de Oxford, in Anglaterra. Le commercio annual de servicios e productos *halâl* – que attende al specifications del *sharîa*, le lege islamic – movimenta 2300 miliardos de dollars e cresce 15 per cento al anno. Nonobstante, le simple respecto al religion non suffice pro vender un marca. “Ben que le stylo de vita islamic sia definite per le religion, isto non occorre de modo homogenee, e il ha differentias cultural e corporative multo grande inter le paisas”, dice John Goodman, director del Ogilvy Noor, consultoria american specialisate in marketing pro le Islam. In Malaysia, per exemplo, le musulmanes non pote entrar in restaurantes que servi carne porcin, considerate impur per le religion. Ja in Indonesia illes frequenta iste locos. Le consumo de bira es prohibite in Arabia Saudi, ma le bibita es vendite in Egypto.

Un recerca facte in quatro paisas de majoritate musulman – Egypto, Arabia Saudi, Pakistan e Malaysia – monstra que al consumidores islamic place comprar lo que compra le resto del mundo. O sia, illes non vole sentir se un categoria a parte in le mercato global. Illes solmente expecta que le productos sia adequate a lor mores. Curiosemente, marcas europeas e americanas ha habite plus successo in attender a iste expectationes que le marcas local. Le gruppo Nestlé, per exemplo, possede quatro marcas in le ranking del dece plus ben adpatate al principios islamic. Ultra adoptar le certificato *halâl*, le compania suisse aperiva fabricas in le principal nationes islamic, empleante le population local. Le compania aeree Air Arabia, del Emiratos Arabe Unite, occupa solmente le 24<sup>e</sup> position del ranking – le melior collocation de un marca originari de un pais islamic.

Le principal regula pro le divulgation de un compania in le mercato musulman es non usar le nomine de Allah in van. “In le Occidente, il es normal burlar con le elementos sacre pro vender un producto, ma inter le musulmanes isto es inacceptabile”, dice Fábio Mariano, professor del Escola Superior de Propaganda e Marketing. Un caso classic occurreva in 1997, quando Nike esseva obligate a recolliger 40 mille pares de tennis in paisas del Medie Oriente perque le logotipo in flammis sur le calceaturas

similava al parola *Allah* in arabe. Le secreto es non stereotypar le message religiose. “Le majoritate del consumidores musulman non es fanatic e obviemente se incommoda quando le ligamine inter marca e fide es exaggerate”, afferma Paul Temporal, professor del Saïd Business School e un del organisatores del forum in London. Un exemplo del application de iste regula es Nokia. In 2009, le compania finnese lanceava applicativos pro telephonos mobile con thematica religiose, como un bussola pro discoperir le direction de Mecca, un eveliator con le horario del preces e le texte integral del Qurân. Plus que 2,4 milliones de applicativos esseva comprate solo durante le Ramadan, le mense sacrate pro le Islam. Tamen, le compania non realtia le religion in su strategia de marketing.

“Le musulman vole lo que vole qualcunque consumidor, o sia productos con qualitate”, dice Rubens Hannun, director de marketing del Câmara Árabe, de São Paulo. Le fortia de iste principio esseva comprobate si tosto que le Statos Unite invadeva Iraq in 2003, lo que precipitava un boycott contra le productos american. Coca-Cola esseva un de illos. Pro substituer lo, surgeva imitationes del bibita como le Mecca-Cola, un referentia al urbe sacrate in Arabia Saudi. Illo esseva un fracasso. In poc tempore, le vendas del Coca-Cola retornava al nivellos anterior. Pro evitar questiones politic, le compania american adopta un strategia bensuscesse in Israel: mantene un fabrica in Ramallah, in Cisjordania, empleante 350 palestinos, a poc kilometros de altere simile in le urbe israeli Tel Aviv. Ambe installationes mitte al mercato le mesme bibita refrigerante, in imballages distincte, con inscriptiones in arabe e in hebreo. Assi, tote le gente resta satisfacte.

### Le ingredientes prohibite per le lege islamic

- \*carne porcin o de animales carnivore
- \*colorantes
- \*alcohol
- \*derivatos de animales que non ha essite benedictes per un musulman ante esser macellate, con un colpo unic, tornate verso Mecca

### Admirate in le Islam

In le ranking del marcas que plus respecta le principios islamic, secundo le consumidores musulman, predomina los de origine american e europeu (Fonte: Ogilvy Noor).

Marca e pais de origine	Productos
1. Lipton (Anglaterra)	te
2. Nestlé (Suissa)	alimentos
3. Nescafé (Suissa)	café instantanee
4. Nido (Suissa)	supplemento lactee in pulvere
5. Kraft (Statos Unite)	alimentos, bibitas e confectos
6. Maggi (Suissa)	suppas e pastas instantanee e sauces
7. Mirinda (Espania)	bibitas refrigerante
8. Pringles (Statos Unite)	pastisseries de frites con tritico
9. Lays (Statos Unite)	patatas frite
10. 7 Up (Statos Unite)	bibitas refrigerante

## Le mecca del turismo

*Governmento prevede crescentia de peregrinos e modernisa urbe sacre del Islam.*



Tote musulman physica e finanziariamente capabile ha le obligation religiose de peregrinar a Mecca e adorar le Kaaba al minus un vice durante su vita. Iste peregrination se appella *Hajj* e se realisa annualmente in le ultime mense del anno islamic. Iste tradition de 4000 annos symbolisa le solidaritate inter le musulmanes e le submission a Allah. In 2010, circa 3 milliones de personas participava del ritual sacre, del quales 1,8 million veniva de pais estranier.

Un revolution moderniste de concreto, vitro e marmore ha cambiate le paisage de Mecca, le cuna del islamismo. Circa 130 edificios se construe circum le Grande Moschea. Ibi se situa le venerate Kaaba, o ‘cubo’ in arabe, secundo le tradition erecte per le propheta Ibrahim (Abraham pro le occidentales), descendente in vintesimo generation de Adam e patriarcha del tres grande religiones – islamismo, judaismo e christianismo. Le complexo con septe turre es formate per un edificio de appartamenti, un shopping center, un museo, un area pro orationes e un hotel luxuose in un turre de 577 metros de altor, plus le traditional centro de observation del luna, symbolo sacre in su phase crescente e base del calendario musulman. Adorna le turre un horologio de 43 metros de diametro, sex vices lo del Big Ben.

Le casas ancian es demolite a fin de dar placia a parques pro vehiculos. Allées pulverose se substitue per ample avenues, e le dunas es remote pro que on erige le nove grattacelos. Le locos sacre tampoco es exceptuate al lege de offerta e demanda. Le renovation de Mecca altia le precio del terrenos – le metro quadrate ultrapassa le 13 mille dollars, plus costose que in Paris, Roma o Dubai. Le cursa immobiliari comenciava con le promissa governamental de investir 69 milliones de dollars in le urbe usque 2015. Parte del pecunia financiava le prime metro del mundo arabic, operante ab iste anno.

Le modernitate de Mecca ha su criticos. “Antea, le area circum le Grande Moschea esseva intoccabile, post que nemo osava poluer le casa de Deo con activitates human. Hodie il non ha plus respecto. On transforma Mecca in un Las Vegas musulman”, protesta Irfan al-Alawi, theologo director del Foundation de Recerca del

Hereditage Islamic, con sede in London. Ille se insurge principalmente contra le construction de edificios plus alte que le minarets.

Visitar al minus un vice le urbe ubi nasceva le fundator del religion islamic es un del obligationes del musulmanes sunni, qui summa 85 per cento del sequitores de Muhammad. Per le restantes, le peregrination a Mecca es un del pilares del fide. In 1950, Mecca attraheva 100 mille peregrinos in le Hajj. Iste anno, 3 milliones visitava le urbe, e le governmento saudi expecta que 50 milliones lo facera in 2020. Le presidente del Alpha 1 Estates International, gruppo responsabile per projectos immobiliari in Mecca, evaluta que “con un systema melior de transportation, il es plus facile e bon mercato viagar al urbe sacre.” Assi, Arabia Saudi expecta un collecta annual de 6 milliardos de dollars con le turismo religiose, le secunde plus grande fonte de renta del pais, post le petroleo. Le monarchia saudi justifica le investimento non solo per su potential lucrative, ma perque le rege Abdullah bin Abdul Aziz Al Saud ostenta le titulo de *khadim al-haramain*, o sia le guardian del duo locos sacre Mecca e Medina, inventate unilateralmente in 1986 per rivalitate con le rege Hussein, de Jordania, que se annunciava guardian del moschea Al-Aqsa in Jerusalem.

### **Nota**

Le textos supra sortiva publicate in le revista septimanal brasilian *Veja* (editiones del 11 agosto e del 1 decembro 2010, respectivamente) e esseva traducte a Interlingua per le editor, con alcun adaptationes e le accrescimento del photographia con le peregrinos circum le Kaaba. Le autor de ambe articulos es le jornalista Ana Cláudia Fonseca. In portugese, como in altere linguas, le adjectivo *americano* ha duple signification: del continente America o del pais Statos Unite. Per ration de fidelitate al textos original, on prende le libertate de utilizar *american* con le senso de *statounitese*.

### **Carne porcin o carne suin?**

Secundo le dictionarios de Interlingua, le sol adjectivo correspondente al porco es *porcin*. Ecce sin dubita un derivato directe e clar. Totevia, si on seque strictemente le regulas stablite per IALA, tamben le parola *suin* (o forsan *svin*) poterea usar se con iste senso, nam illo appare in non minus que cinque idiomas de controllo: *suino* in italiano, *suíno* in portugese, *swine* in anglese, *schwein* in germano e *svin* in russo. Solmente in francese e espaniol le parola official interlinguan occorre como unic forma existente. E il ha certo idiomas que utiliza ambe radices parallelmente, como se observa in le anglese *pork* e in le portugese *porco*. Le election de un o altere forma es un question que nos remitte al primordios del moderne linguas auxiliar international: durante que Volapük utilisava *svin*, Esperanto ja prefereva *porko*.

Le dictionarios consultate per le editor non offere parolas in Interlingua pro le calceatura denominate *sneakers* o *tennis*; ni pro le bibita dicte *soft drink*, *gaseosa*, *soda* o *refrigerante*; e ni adjectivos correspondente al parolas *interprisa* e *compania*. Suggestiones del lectores a iste subjectos essera benvenite.

### **Le Medie Oriente in Internet**

Organisate per Tal Pavel, le pagina electronic [www.middleeast-internet-monitor.com](http://www.middleeast-internet-monitor.com) presenta novas e informationes super le libertates e restrictiones de uso del rete mundial in le mundo islamic. Le sito pote esser viste in plure idiomas europees e medieoriental. Le Almanac regratia al lector israeli Eldad Salzman per le recommendation.

## **Tempore de revolutiones**

Un serie de protestos popular ha clamate per democratia in le pais islamice. Le unda comenciava con le Revolution de Jasmin – un allusion al flor national tunisian – le ultime januario e se propagava per altere pais del Nord African e del Medie Oriente. In Egypto, le population vadeva al stratas e exigeva pacifica ma energicamente le renuncia del presidente Hosni Mubarak, occupante le cargo ante trenta annos. Post le cadita del dictator, le personas dava un demonstration de civilitate, recuperante le monumentos vandalisate e recolligente le immunditia del stratas del Cairo. On tamben ha protestate in Yemen, Algeria, Jordania, Libya, Bahrain e alteres. Sia in regimes republican o monarchic, le governantes de iste pais se ha portate como dictatores e promove le oppression al proprie population. Dunque, le manifestationes ha character spontanee e non se vincula a leaders o partitos definite.

Le governamentos occidental se ha declarate in favor del stablimento del democratia in le region, ma time al mesme tempore que le libertate de election pote ducer gruppos religiose fundamentaliste al commando politic, como passava in Iran post le revolution de 1979. La le governo del shah Reza Pahlavi dava loco al theocratia del ayatollah Khomeini. In Egypto, le principal oppositor del presidente esseva le Fraternitate Musulman. Ben que un tyranno in su dominios, Mubarak se alliava al Occidente e respectava le accordo de pace con Israel.

On trovara alcun bon articulos re le movimento revolutionari egyptie in le blog *Interlingua Multilingue*, per Harleigh Kyson Jr. Ecce tres recommendationes:

*Egypto, Iran e le problema del revolutiones* (7 febr 2011)

<http://interlinguamultilingue.blogspot.com/2011/02/egypto-iran-e-le-problema-del.html>

*Sex questiones utile que vos adjuvara a comprender le crise in Egypto* (12 febr 2011)

<http://interlinguamultilingue.blogspot.com/2011/02/sex-questiones-utile-que-vos-adjuvara.html>

*Mubarak se dimitte del presidentia de Egypto!* (13 febr 2011)

<http://interlinguamultilingue.blogspot.com/2011/02/mubarak-se-dimitte-del-presidentia-de.html>

## **Le manifestationes affecta le Formula 1**

Le manifestationes popular in Bahrain menava le administratores del Formula 1 a cancellar le prime cursa del saison, previste pro le 13 martio 2011, con le concordantia del monarcha local, qui timeva le uso del evento como platteforma pro divulgar le revendicationes popular ante un audientia mundial. Le campionato se initiara assi per le GP de Australia le 27 martio. Con le inclusion del GP de India in octobre, le mundial haberea iste anno un record de vinti cursas.

Duodece scuderias competera in 2011. Le debilitate del equipas novelle le anno passate causava le readoption del “regula del 107 per cento”, dunque si le vincitor del Q1 (le prime ronda del session qualificative) completa su volta in 1min40s, solo participara del cursa le pilotos con tempore usque 1min47s.

Le equipa Lotus Renault annunciava que le pilota german Nick Heidfeld va substituer al polonese Robert Kubica durante su recuperation del grave accidente suffrite in februario, quando ille participava del rally Ronde di Andora, in Italia.



### Esque tu es ben informate?

Associa le nomine del chef politic al pais musulman que ille ha commandate. Le respostas essera publicate in le proxime edition.

- |  |                  |
|--|------------------|
| [0] rege Abdullah II                   | [ ] Bahrain      |
| [1] presidente Muammar al-Gaddafi      | [ ] Arabia Saudi |
| [2] presidente Hosni Mubarak           | [ ] Iran         |
| [3] presidente Ali Abdullah Saleh      | [ ] Jordania     |
| [4] rege Hamad ibn Isa al-Khalifa      | [ ] Libya        |
| [5] rege Abdullah bin Abdul Aziz       | [ ] Egypto       |
| [6] presidente Michel Suleiman         | [ ] Yemen        |
| [7] presidente Mahmud Ahmadinejad      | [ ] Tunisia      |
| [8] presidente Abdelaziz Bouteflika    | [ ] Algeria      |
| [9] presidente Zine el Abidine ben Ali | [ ] Libano       |

### Citationes

*“Le pensamento grec sempre se refugiava detra le conception de limites. Illo nunquam apportava le cosas al extremos, ni le sacre ni le racion, perque illo negava nulle cosa, ni le sacre ni le racion. Illo prendeva toto in consideration, equilibrante umbra e lumine. Europa, in compensation, in su persecution al totalitate, es filia del disproportion [...], negante qualcunque cosa que illa non glorifica.*

(Albert Camus, philosopho algerian, in su essayo *Le Exilio de Helena*)

*“Post que le revolutionarios secava le capite de tote le nobiles de Francia, illes comenciava a secar le capite le unes del alteres. Revolutiones generalmente fini assi.”*

(Edson Aran, jornalista e cartoonista brasilian)

### Datos ecologic e economic

Secundo le Global Footprint Network, in 1976 le standard de vita del humanitate attingeva le capacitate planetari plen de reposition natural. In 2007, le consumo de recursos natural demandava 1½ planeta Terra. Con le actual rhythmo de consumo, duo Terras essera necessari pro garantir le standard in 2030.

Si tote le habitantes del mundo consumeva como un africano, 70 per cento de un planeta Terra sufficerea pro nostre sustentabilitate. Si illos consumeva como un asiatico, 92 per cento. Si como un latinoamericano, on besoniarea 1,3 planeta pro garantir le superviventia. Si como un europeo, 2,3 planetas. Si le standard esseva le mesme de Oceania, le demanda esserea de 2,7 planetas. Finalmente, si tote le humanitate consumeva como le nordamericanos, 4 planetas Terra esserea necessari.

Secundo un ricerca realisate in 1992 per le Naciones Unite, 82 per cento del ricchezza mundial se concentrava in le manos de 20 per cento del habitantes del planeta. In 2006, le ricerca se repeteva e concludeva que 85 per cento del ricchezza esseva in le manos de 11 per cento del population mundial.