

[Pular para o conteúdo](#) | [Pular para o menu lateral](#)

Vivendo em hipermídia

· [Anúncios Google](#) · [Mercado](#) · [Marketing](#) · [Igreja](#) · [Consumo Brasil](#)

Segunda-feira, 7 de Maio de 2007

[A Igreja Católica e o marketing na visita do Papa ao Brasil](#)



Já há algumas semanas eu venho desenvolvendo uma teoria pessoal sobre a vinda do papa ao Brasil, sob o ponto de vista do marketing.

Não apenas porque esta é uma área de interesse profissional, mas também por acreditar que se existe uma instituição que entende muito do assunto, ela é a Igreja Católica.

Para explicar isso começo pela marca e sigo pelo [composto do marketing](#) (os famosos "4 pê's"), com alguns exemplos de outras religiões para efeito de comparação.

Uma estratégia de marketing ligada a uma marca é fundamental para o seu sucesso e qualquer aluno de primeiro período de um curso de comunicação social sabe que a marca mais conhecida do mundo é a cruz, com seus valores, missões e visões embutidos, e

Autor



k.a.silve

Sobre o bl

Idéias, opiniões, comentários, nota e pirações de um consumidor hipermíc

Yavox - Moving Netw

Soluções via SMS para I
nteratividades e Empres
www.yavox.com

Torne-se um Palestra

Transforme seu conheci
carreira. Curso SP.
www.academiadopalestran

Google AdSense

Anúncios Relacionados .
Relevantes para o seu F
www.Google.com/AdSense

Últimos po

[Os Infiltrados](#)

[Blogar tem des:](#)

[Joost? Eu tamb](#)

(valor da marca) incauculáveis.

O **produto** que ela oferece é um que praticamente todos buscam: o paraíso, que, de uma forma geral, não difere muito dos da concorrência - embora existam casos como aquele idealizado pelos muçulmanos fundamentalistas, que oferece 70 virgens, por exemplo - mas que tem preços diferentes.

Nesse sentido, o **preço** não está ligado somente ao aspecto monetário - dízimo atual -, mas também às outras formas de pagamento com os quais os consumidores têm de arcar para conseguir o produto, que normalmente são privações - não comer carne de porco, não manter relação sexual antes do casamento, jejuar durante o Ramadã -, regras de vida e de comportamento - 4 nobres verdades, 10 mandamentos - e, principalmente, aceitação de dogmas - Ressureição de Cristo, Assunção de Maria, Juízo Final.

Outra forma de diferenciação está no canal através do qual o produto será entregue, ou seja, o **ponto-de-venda** (PDV) - igreja, templo, sinagoga, mesquita - e os vendedores - padres, pastores, rabinos, imãs. Cada qual com sua particularidade, forma de atendimento e técnicas próprias.

Estes são os três primeiros integrantes do composto do marketing: produto, preço e ponto/praza. Resta um último: promoção/publicidade, que tem sido o núcleo dessas minhas divagações que antes eram apenas conclusões obtidas a partir de observações pessoais, mas que agora - acredito - têm o reforço de [uma pesquisa](#) lançada pela FGV que oferece dados quantitativos sobre a religião no Brasil e que me mantém na mesma linha de pensamento e com mais munição.

Essa é a mesma pesquisa que - para minha surpresa, que venho preparando esse texto há alguns dias - foi utilizada em uma reportagem do Fantástico nesse domingo.

[De acordo com ela:](#)

Entre 1991 e 2000, a taxa de católicos na população caiu de 82,24% para 73,89%, e estabilizando em 73,79%, em 2003

Na década de 90 a queda era de 1 ponto percentual ao ano

Os evangélicos passaram de 9% em 1991 para 16,2% da população em 2000, chegando a 17,9% em 2003

Entre 2000 e 2003 o número de pessoas sem religião caiu de

7,4% para 5,1%

Existem 17,9 vezes mais pastores evangélicos por fiéis do que padres por católicos

A relação pastor/padre aumentou de 1,1 em 1991 para 3,7 por 2000

O que pude concluir daí, sob o ponto de vista que estou levando em conta, é que houve um aumento do número de consumidores - pessoas religiosas -, não só pelo aumento da população, mas também pela diminuição do número de não religiosos, o que leva a um aumento da demanda de mercado.

Dos vários [nichos](#) possíveis (cristianismo, religiões orientais, afro-brasileiras), o maior é o cristianismo, que tem mais de 90% da população.

Contudo, os concorrentes da Igreja Católica - evangélicos tradicionais e pentecostais - é que vêm abocanhando o mercado. Enquanto seu número de fiéis caiu ao longo da década de 90, o dos evangélicos subiu em uma curva bastante inclinada.

O que talvez passe despercebido aí é o fato de que a porcentagem de católicos se estabilizou enquanto o mercado crescia, ou seja, eles de fato conseguiram arrebanhar mais fiéis, só que não no mesmo ritmo que a concorrência, que soube usar técnicas mais eficientes, como por exemplo impulsionar o mercado de produtos gospel, principalmente o musical - que a Igreja Católica até tentou alcançar na década de 90, com os padres cantores - e a disponibilização de mais pastores por fiéis, o que ajuda a personalizar o atendimento.

Uma outra idéia bastante interessante que vejo como grande contribuinte deste grande crescimento do número de evangélicos é o do conceito [neopetencostal G12](#), de igrejas em célula.

Se um produto qualquer se encontrasse em um cenário semelhante a esse em seu próprio mercado, muitas opções seriam possíveis para que ele voltasse a conquistar mais [fatias](#). Dentre elas, o aumento da promoção/publicidade.

Por isso, quando o Papa vem ao Brasil a Igreja consegue criar um evento único, que gera mídia e publicidade espontânea sem par, divulgando sua imagem e alavancando o consumo, esquentando o

sentimento de fé que muitos dos seus fiéis deixaram esfriar e que agora buscam-na novamente, isto é, há um aumento no desejo e na busca pelo produto.

Outro ponto importante é a primeira canonização fora do Vaticano, um privilégio que será concedido aos fiéis brasileiros, ou seja, uma promoção exclusiva aos consumidores desse mercado, que agora terão um representante próprio no rol dos santos, que talvez gere bastante empatia e também devoção, novamente alavancando o consumo.

Acho que muita coisa mais dava pra sair daí, mas o principal era isso e, como disse antes, essa é uma teoria pessoal e sei que muitos não vão chegar até esse final e que alguns amigos católicos não vão concordar muito com o que está aqui - além daqueles que vão achar que são apenas teorias conspiratórias de um ateu. Em todo caso, precisava deixar isso registrado ;)

Marcadores: [marketing](#), [publicidade](#), [religião](#), [viagem](#)

escrito por Khristofferson Silveira . 5:20 AM | [1 comentário](#)

Salem Digital

Relacionamento e comunicação online
Criatividade que traz resultados

Estratégia de marketing?

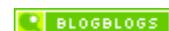
Case de estratégia de marketing da Tecnisa
para seus trabalhos.

Anúncios 

[Acessibilidade é
gosta](#)
[Aqui não é Gene
Camarada Maric](#)
[Marque no map:](#)
[Dia desses, na C](#)
[Março, o mês de](#)
[Yeah, baby! It's](#)

Internetice







Anúncios Google

Comunika SMS

Marketing direto e CF
via mensagens no ce
(torpedo SMS)
www.comunika.com.br

Quer abrir uma Loja

Precisa de Projeto/Ge
de Obra ? Elaboramo
seu Plano de Negóci
www.plantabaixa.com

**MBA - Turmas em M
2007**

Gestão e Inteligência
Competitiva Universic
Federal - UNIRIO RJ
www.mbainteligencia.unirio

Zé Moleza - Monogr:

Encontre Estudo
Marketing Entre + de
mil. Consulte Agora!
www.ZeMoleza.com.br

Marketing na Gestã

Cursos de Atualizaçã
Pela Internet Com
Certificado e Preços
Acessíveis
www.GestaoeLideranca.cor