



QUARTA-FEIRA, MAIO 16, 2007

Bye-Bye, Papa: retrato em 3x4 das dificuldades da Igreja Católica



Hoje mais cedo estava andando e falando no celular com o Mello (Blog do Mello), quando dei de cara com a cena que reproduzo aí em cima. A jornalista da sala ao lado caminhava também e quase teve um troço. Berrava coisas assim: "Umf! Umf! Zifio...", não entendi nada. Desliguei e fotografei para o Blog. Trata-se de uma unidade da Igreja Universal do Reino de Deus (leia-se Bispo Macedo, Bispo Crivella, Rede Record) que não se sente satisfeita com a quantidade de fiéis que atravessam seus portais e decidiu ir pra rua, disputar fiéis com as mesmas armas dos pais de santo. Na tenda montada na calçada está escrito "*Tenda do*

poeta
jornalista
publicitário
consultor de marketing



POSTAGENS

Pagodinho X Temporão: quem tem razão?

Bye-Bye, Papa: retrato em 3x4 das dificuldades da ...

Blair e Sarkozy

Bye-bye, Papa: o populismo dos evangélicos venceu ...

Pesquisa mostra o óbvio: escocês bebe muito!

A gangorra Democrata continua

Habemus Papo IV: São Paulo é sinônimo de marketing...

Habemus Papo III: Jesus - sua cruz e seu marketing...

Habemus Papo II: o aborto e a escolha de Sofia

Habemus Papo I: a mídia a serviço da Igreja

ARQUIVOS

Pai das Luzes". E na tabuleta próxima temos a "oferta": *"Consultas grátis! Na tenda do PAI das luzes"*. Essa foi a grande jogada dos pentecostais: deixaram de lado o "racionalismo" (se é que se pode falar nisso...) ou formalismo ou burocracia ou conservadorismo dos evangélicos tradicionais e buscaram técnicas de comunicação mais populares junto aos "terreiros", pais de santo, macumbeiros, etc. Não largaram inteiramente a Bíblia que serve de ajuda para garantir certa organicidade à coisa toda. E partiram para um marketing cada vez mais agressivo, roubando fiéis de quem estivesse pela frente, principalmente da Igreja Católica, de quem a Igreja Universal roubou até o nome, já que "católica" significa "universal". Essa é a diferença: enquanto os católicos chegam com um Papa branco, europeu, falando com muito sotaque, muita filosofia, pouca sabedoria e um santo de última hora, os pentecostais montam suas tendas dos milagres à maneira do nosso povo moreno e vão ganhando terreno, fiéis e muito dinheiro. Mais que uma religião, eles construíram uma rentável ong de comunicação.

01/2006
07/2006
08/2006
09/2006
10/2006
10/2006
11/2006
12/2006
01/2007
02/2007
03/2007
04/2007
05/2007



Marcadores: Bispo Macedo, Blog do Mello, Crivella, Igreja Católica, Igreja Universal, macumbeiro, pai de santo, Rede Record

HAYLE GADELHA ÀS 15:36 COMENTE LINKS TO THIS POST

QUINTA-FEIRA, MAIO 03, 2007

Deus está em alta no Brasil

Não é à toa que o Papa vem ao Brasil produzir um santo brasileiro. As religiosidades estão em ascensão, mas a Igreja Católica (Universal) andava em queda no maior país católico do mundo. Esse é o momento para a retomada do crescimento. O carisma do Papa anterior talvez tenha ajudado a atar a sangria (*apesar de um trabalho de marketing estratégico para a igreja, no site [Marketing e Fé Católica](#), apontar sua saúde debilitada como um ponto fraco*), mas o Papa atual não tem carisma algum - daí a necessidade de um santo. Quem não está gostando muito da história são os evangélicos - principalmente os

pentecostais - que até agora navegavam em águas tranquilas na disputa pelo mercado da fé. E o novo estudo da FGV - Fundação Getúlio Vargas, "[Economia nas Religiões: Mudanças Recentes](#)" parece justificar ainda mais essa preocupação, digamos, evangélica. É que, segundo o estudo, a Igreja Católica conseguiu estabilizar sua participação no mercado com os índices de 2000, pondo fim a uma queda que se estendia por décadas: 73,9%. Esse número contempla o objetivo determinado no trabalho de marketing (feito em 2000) que citei: "*Estancar a tendência de êxodo dos fiéis da Igreja Católica num período máximo de 5 anos e, simultaneamente, estimular a adoção da Igreja Católica como ponto de encontro*". Contempla também a sua visão: "*Acompanhar as constantes mudanças e evoluções pelas quais o mundo passa, mantendo-se como líder no mercado brasileiro de apoio espiritual e, simultaneamente, se consolidando com uma participação superior a 70%*". Voltarei a tratar do assunto. *O trabalho de marketing a que me refiro chama-se "Planejamento Estratégico de Marketing - Igreja Católica Apostólica Romana", de Cristiane Pasquini Malfatti, Sérgio P. Bordonalli, Silvana Meneses, Valdir Luis Fodra Filho. IBMEC - MBA Marketing - Gerência Estratégica de Marketing: Claudio Tomanini - maio de 2000).*

Marcadores: Bento XVI, Claudio Tomanini, Cristiane Pasquini Malfatti, Fund Getúlio Vargas, IBMEC, Igreja Católica, João Paulo II, Marketing e Fé Católica, Silvana Meneses, Sérgio Bordonalli, Valdir Fodra Fº

HAYLE GADELHA ÀS 08:59 COMENTE LINKS TO THIS POST

QUINTA-FEIRA, ABRIL 19, 2007

Religião também é cultura?

Vamos deixar bem claro: não faz sentido o projeto do Senador-Bispo Marcelo Crivella que inclui igrejas entre os beneficiários da lei de incentivo à cultura, a chamada lei Rouanet (lei, de 1991, que permite a empresas investirem em projetos culturais até 4% do equivalente ao Imposto de Renda devido). Pode-se alegar, como fez Fernanda Montenegro, que as *religiões*, por não terem fins lucrativos,

são isentas de imposto e, portanto, não merecem incentivo. Mas isso não justifica, porque a *cultura* também tem isenção. Há quem diga que isso descaracterizaria a lei, que trata apenas da *cultura*. Mas também não justifica, porque essa é a idéia do projeto, de entendimento de conceitos culturais do incentivo também *nas religiões*. Há o medo de desvirtuamento da verba rumo à construção de templos. Mas no meio cultural também existem os desvirtuamentos, sem dúvida. E também não basta a citação evangélica do Deputado Chico Alencar (PSOL-RJ), "Não se pode amar a Deus e ao dinheiro", porque já está mais do que provado, provavelmente até com outras citações evangélicas, que se pode, sim. Há que se considerar ainda que existe muito de cultural nos meios religiosos, e as igrejas tombadas pelos patrimônios históricos e culturais provam isso. Poderia até dizer que as *religiões* cada vez menos são "religiosas". Hoje mesmo, como acontece toda manhã quando levo meu filho à escola, recebi um exemplar da Folha Universal, jornal da Igreja Universal, com tiragem de 2.308.000 exemplares, e veja quais são as notícias da 1ª página: "O caos na educação", "Exportação de escravas sexuais", "Banco Mundial alerta sobre colapso no SUS", "Depois de Portugal, Brasil pode aprovar o aborto", "Disque-sequestro: não caia no golpe", "Record rumo à liderança", "Seguidores de seita na Costa do Marfim tatuam o '666' no braço", "Reféns do apagão aéreo falam sobre seus prejuízos", "Região do Caribe sofre ameaça de tsunami" e um cartum sobre o Pan-Rio. Isso, evidentemente, não é uma primeira página religiosa. O mesmo acontece com a TV Record, também da Igreja Universal, que não tem mais programas religiosos durante o dia (só na madrugada). A Igreja Universal, ela mesma, é cada vez mais uma "ong de comunicação", coisa que de certa forma copia da Igreja Católica (aliás copiou até o nome, já que Igreja Católica quer dizer "Igreja Universal" - do grego *katá*, que dá a idéia de universalidade, como em *catálogo*). Qual seria a diferença, então? *Cultura* - apesar de se definir (Houaiss) como "conjunto de padrões de comportamento, conhecimentos, costumes etc. (e também de **crenças**) que distinguem um grupo social" - cuida primordialmente da **razão**, do **pensamento**, daquilo que é **verdadeiramente humano** (algo como em "Paidéia" - ler o

excelente livro de Werner Jaeger). A *religião*, ao contrário, cuidaria da **fé**. Nesse sentido, não apenas são diferentes, como são opostas.

Marcadores: [Chico Alencar](#), [cultura](#), [Fernanda Montenegro](#), [Folha Universal](#), [Igreja Católica](#), [Igreja Universal](#), [Lei Rouanet](#), [Marcelo Crivella](#), [Paidéia](#), [religião](#), [Werner Jaeger](#)

HAYLE GADELHA ÀS 07:34 [COMENTE](#) [LINKS TO THIS POST](#)



1 visitantes online