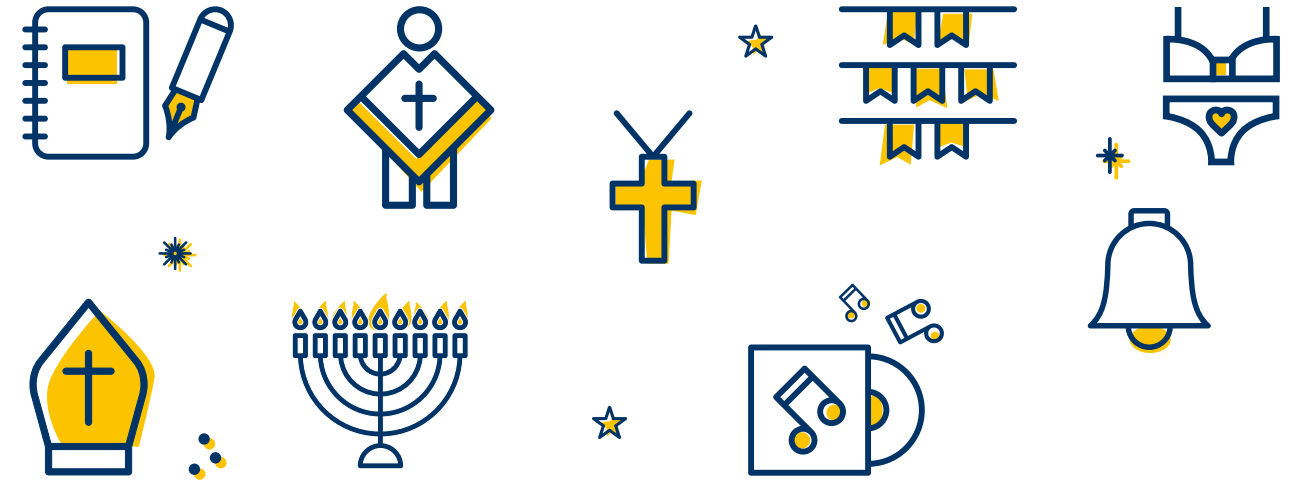


O BILIONÁRIO



mercado religioso

Feiras, romarias, turismo, shows
e comércio de livros, discos,
imagens, móveis e acessórios são
o paraíso dos empreendedores





O Brasil é um país profundamente religioso, disso não há dúvidas. O catolicismo mobiliza 57% da população – aproximadamente 116 milhões de pessoas –, enquanto as igrejas evangélicas, em todas as suas vertentes, arregimentam perto de 42 milhões de fiéis (25%), de acordo com pesquisas de 2013 feitas pelo Datafolha e que atualizam o censo do IBGE de 2010 (64% e 22%, respectivamente). Os espíritas, com 3%, estão em terceiro lugar, seguidos por testemunhas de Jeová, umbandistas, budistas, adeptos do candomblé, judeus e muçulmanos. Esse público estimula a realização de feiras e eventos no País e movimenta a economia com a construção e a decoração de templos e igrejas; instalação de sistemas de segurança; vendas de CDs, DVDs; shows de padres e de músicos gospel; e comercialização de bíblias, livros, santinhos, artigos esotéricos e lingerie (e até eróticos).

São as inúmeras festas e romarias as responsáveis por turbinar o turismo religioso – algo em torno de R\$ 15 bilhões, segundo levantamento do instituto Data Popular. No ano passado, aproximadamente 17,7 milhões de fiéis e romeiros fizeram esse tipo de turismo doméstico participando de nove-

nas, procissões, datas comemorativas e marchas em torno de algum santo ou causa. Deles, 7,7 milhões pernотaram em alguma cidade, hospedaram-se em hotéis e pousadas, consumiram em restaurantes e em lojas e se locomoveram de ônibus ou em carros particulares. Os demais 10 milhões são catalogados pelo Ministério do Turismo como excursionistas porque frequentaram as festividades de acordo com sua crença, mas não pernотaram. “É um setor que tende a crescer muito no País”, avalia o diretor do departamento de estudos e pesquisas do Ministério do Turismo, José Francisco Salles Lopes. E toda essa gente consome. A média de gastos de um turista doméstico é de R\$ 1,2 mil por viagem, sendo um peregrino ou não.

Os destinos mais procurados pelos católicos são o Santuário Nacional de Aparecida (São Paulo), com 10 a 12 milhões de visitantes ao longo do ano; Círio de Nazaré (Belém); Juazeiro do Norte (Ceará), para a romaria do Padre Cícero; e Nova Trento (Santa Catarina), local do Santuário de Madre Paulina, a primeira santa brasileira. São municípios cuja principal fonte de arrecadação é o turismo religioso. Os evangé-

cos neopentecostais, por sua vez, têm, desde o ano passado, um exuberante cartão-postal: o Templo de Salomão, da Igreja Universal do Reino de Deus, cujas dimensões superam as de um campo de futebol e tem 100 mil metros quadrados de área construída. O empreendimento recebe 10 mil pessoas sentadas e custou R\$ 680 milhões à Universal, sendo ricamente decorado com cadeiras importadas da Espanha e esteira rolante para os dizimos.

Evento importante para os cristãos é a Marcha para Jesus, promovida pela igreja Renascer, em São Paulo, Rio de Janeiro e outras capitais. Ela já integra o calendário oficial do País desde 2009 e reúne milhares de evangélicos, cujo destaque são os shows de cantores e bandas gospel.

Exposições

Por ser um rico filão, esse mercado de religiões atrai exposições focadas no tema. Uma das mais importantes é a ExpoCatólica, principal feira de negócios do mundo católico e que terá sua 11ª edição na primeira semana de julho, em São Paulo. Trata-se de uma vitrine de produtos e serviços para igrejas e educadores: editoras de livros e

CDs, lojas de artigos religiosos, móveis e equipamentos de áudio, de vídeo e de iluminação para as igrejas.

O segmento católico é responsável por faturar R\$ 8 bilhões, avalia a empresa promotora Promocat Marketing Integrado. A exposição teve 120 estandes e mais de 200 expositores, e desde 2013 tornou-se bienal. “A ExpoCatólica gera negócios em torno de R\$ 5 milhões nos quatro dias de realização e até R\$ 20 milhões ao longo dos dois meses seguintes”, informa a diretora da Promocat, Kiara Castro e Castro, organizadora do evento. Um censo do setor, feito no período de 2013/2014 pela empresa, concluiu a existência de 350 santuários e 11.312 paróquias no País. Os templos evangélicos somam mais 220 mil, segundo o Serviço de Evangelização para a América Latina.

Empresas de tecnologia, de vídeo, de som e de iluminação também estão investindo no segmento e criaram, neste ano, uma feira exclusiva para atender à demanda de templos e paróquias. A Church Tech Expo, realizada em maio último em São Paulo, é a primeira do gênero na América Latina e teve 200 empresas participantes com 90 expositores. O CEO da VP Group Comunicação Integrada e promotora da Expo, Victor Hugo Piiroja, lembra que, diariamente, 12 igrejas e templos são abertos por dia. “É um ótimo nicho a ser explorado, os líderes religiosos estão cada vez mais preocupados com a qualidade tecnológica dos espaços dedicados a cultos, missas e convenções.” Eles procuram desde a instalação de sistemas de segurança até a montagem de altares e palcos com boa acústica e iluminação para padres, pastores e músicos brilharem, porque essas missas e

cultos exigem interação com o público e muitos são transmitidos ao vivo.

Marcas como Panasonic, Sony, Samsung, Harman Group e Genetec são algumas das participantes da Tech Expo. Um dos cases apresentados foi o da nova plataforma de videomonitoramento na Basílica de N.S. Aparecida, a fim de gerir 160 câmeras IP (seis te-

las em videowall) de áreas internas e externas do santuário. Isso reduziu o número de pessoas perdidas e de roubos e furtos no centro de apoio aos romeiros, onde existe um shopping com 330 lojas e uma praça de alimentação.

Um dos principais fornecedores desses santuários e participante frequente das feiras é a DeLucas Móveis, cuja

No ano passado, aproximadamente 17,7 milhões de fiéis e romeiros fizeram algum tipo de turismo doméstico participando de novenas, procissões, datas comemorativas e marchas em torno de um santo ou causa religiosa. Desses, 7,7 milhões pernотaram em alguma cidade, hospedaram-se em hotéis ou pousadas.



Foto: Marcelo Camargo

Números da indústria da fé

116 milhões de pessoas afirmam ser **católicas**

42 milhões de pessoas se dizem **evangélicas**

3,8 milhões de pessoas se declararam **espíritas**

150 milhões de **livros espíritas** foram vendidos no País

R\$ 15 bilhões é quanto movimenta o **turismo religioso** no Brasil

17,7 milhões de **romeiros** participam de eventos religiosos por ano

12 milhões de **fiéis** visitam por ano a cidade de **Aparecida**

R\$ 680 milhões foi o **custo do Templo de Salomão** da Igreja Universal

2 milhões de pessoas participaram, em junho, da **Marcha para Jesus** em São Paulo

11.312 **paróquias católicas** estão instaladas no Brasil

R\$ 8 bilhões é quanto movimenta o mercado de **artigos católicos**

12 igrejas e templos de todas as religiões são abertos por dia no País

150 gravadoras se dedicam ao mercado gospel

R\$ 500 milhões é quanto faturam as **editoras de livros religiosos**

5 milhões de unidades foi quanto vendeu o livro **Ágape**, do padre Marcelo Rossi

fábrica no município de Alfredo Marcondes (próximo a Presidente Prudente), existe há 20 anos. Desde 2006 passou a se dedicar à produção de altares, bancos, pedestais e pias batismais exclusivos para as igrejas. Lucas Cavitioli, um dos sócios da empresa, tem constatado crescimento médio de 20% ao ano, e 15% das suas vendas se referem a clientes em regiões onde ele ainda não atuava, principalmente no Nordeste. A DeLucas também foi uma das principais fornecedoras do santuário da Comunidade Canção Nova, de Cachoeira Paulista (SP), com capacidade para 5 mil fiéis, inaugurado em 2014.

Música e livros

Para o fim de julho, está prevista a Expo Cristã 2015; em agosto próximo, o Salão Internacional Gospel, dedicado a uma vertente lucrativa e de maior crescimento na área do entretenimento. O gênero musical, que só tinha espaço dentro das igrejas anos atrás, hoje é um dos mais executa-

dos em rádios, em canais de tevê e na web, vendendo milhões de CDs, DVDs e downloads entre os cristãos. O mercado gospel cresce 14% ao ano e reúne mais de 150 gravadoras. Segundo a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), esse tipo de música sempre está entre os 20 discos mais vendidos no Brasil. Tanto que as grandes gravadoras criaram selos específicos para ele.

A Sony Music Gospel, por exemplo, tem essa divisão desde 2010 e foi a primeira entre as 60 filiais da companhia no mundo a investir nesse

estilo, conta o diretor da Sony Music, Mauricio Soares. A gravadora já contava em seu portfólio com dois campeões de sucesso: Roberto Carlos e padre Marcelo Rossi (oito milhões de cópias vendidas de seus 15 álbuns), e, nos últimos quatro anos, a Sony passou também a obter muito sucesso com os cantores evangélicos. O destaque do selo é a cantora Damares, que só perde para Rossi e para o rei Roberto em vendas. "Ela é a líder nesse gênero musical, vendeu 800 mil cópias dos dois últimos CDs", diz Soares. Damares conquistou, em apenas dois dias, a certifica-

“ É um ótimo nicho a ser explorado, os líderes religiosos estão cada vez mais preocupados com a qualidade tecnológica dos espaços dedicados a cultos, missas e convenções ”

Victor Hugo Piroja
CEO da VP GROUP



Foto: Rubens Chiri



Santo turismo da religião

De acordo com o Relatório de Tendências 2015 da WTM Latin America, o turismo religioso é a modalidade que mais cresce no Brasil. No ano passado, segundo o estudo, 7,7 milhões de viagens domésticas estavam relacionadas à fé. Para se ter uma ideia do que isso representa, esse número equivale ao total de viagens domésticas realizadas no Uruguai em 2012. O Santuário de Nossa Senhora Aparecida recebe 12 milhões de visitantes por ano – quase o dobro do número de turistas que visitam a Torre Eiffel, em Paris, na França. A cidade de Juazeiro do Norte (CE) recebe mais de 2,5 milhões de fiéis por ano, mais do que o total de viagens domésticas do Paraguai.

O turismo religioso no Brasil “subiu aos céus” após a eleição do Papa Francisco, em 2013. Carismático, o pontífice argentino consegue arrastar multidões por onde passa. Foi assim na Jornada Mundial da Juventude em

2013, no Rio de Janeiro, que recebeu a visita de 3,7 milhões de fiéis de 175 países, segundo os organizadores. Outros números divulgados dão conta de que 60 mil voluntários trabalharam na organização dos eventos e cem confessionários foram organizados para atender os peregrinos. A Arquidiocese do Rio de Janeiro estimou em 4 milhões o número de hóstias distribuídas nos seis dias do evento e foram credenciados 6,5 mil jornalistas de 57 países.

No ano passado, com a canonização do Padre José de Anchieta, agora São José de Anchieta, o Pátio do Colégio – no Centro de São Paulo – ganhou destaque no turismo religioso. Foi lá que o padre Manoel da Nóbrega e o noviço José de Anchieta ergueram um colégio para catequizar os índios, fundando a cidade de São Paulo. A cidade de Anchieta (ES), antiga Iiritiba, onde o santo morreu em 9 de junho de 1597, também virou roteiro turístico.



Foto: Divulgação



A cantora gospel Damares vendeu 800 mil cópias dos seus dois últimos CDs

ção de disco de ouro com seu DVD *O Maior Troféu*, lançado em março passado. O executivo da Sony informa que a área gospel corresponde a 20% do resultado líquido da companhia.

A tradicional Editora Paulinas, conhecida pelas suas publicações católicas e que está completando cem anos no mercado editorial, também tem uma divisão musical. A editora distribui CDs e DVDs de padres e bandas. Contudo, os livros ainda são o principal negócio da editora. Com 33 lojas físicas e um e-commerce, a Paulinas vende em torno de 3,4 milhões de exemplares e lança, anualmente, 200 títulos.

A Câmara Brasileira do Livro informa que o faturamento com as vendas de obras religiosas supera R\$ 500 milhões ao ano. Só em 2013, segundo uma pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), fo-

ram vendidos 72,4 milhões de exemplares, e pelo menos 30% dos títulos se referem à religião. Figuram sempre entre os best-sellers os títulos do padre Marcelo Rossi, do esotérico Paulo Coelho e do bispo Edir Macedo. Só o livro *Ágape*, de Rossi, superou 5 milhões de unidades, enquanto Edir Macedo esteve em primeiro lugar no ano passado com o terceiro volume de sua biografia *Nada a Perder* (753 mil exemplares), diz o site Publish News, que monitora o mercado editorial. Até hoje, as três edições da biografia de Macedo foram traduzidas para seis idiomas e venderam 7 milhões no mundo. A escritora espírita Zibia Gasparetto é outra autora sempre presente nas melhores posições do ranking de livros classificados de autoajuda. O interesse do público por publicações religiosas chamou a atenção da editora espanhola Planeta, uma das mais importantes do mundo.

No ano passado, a empresa lançou o selo Pórtico, destinado a evangélicos, e recentemente fechou parceria com a comunidade Canção Nova para publicar obras católicas.

Sexshop

Nem só literatura, discos, shows, feiras e turismo movimentam esse mercado religioso. Os comércios de artesanato, imagens, acessórios, bijuterias, cristais e roupas também são vigorosos, seja qual for a crença. O importante é que esses lojistas possam adaptar sua linha de produtos visando o consumidor-alvo. É o caso da sexshop Secret Toys, com unidades em Jandira e Itapevi, na Grande São Paulo, além de e-commerce. Seus proprietários, João e Lídia Ribeiro, são evangélicos e consultores de casais, mas nem por isso perderam a oportunidade de fazer um bom negócio no competitivo mundo dos artigos eróticos.

A Secret Toys tem mil produtos no mix – roupas, objetos, perfumes e cosméticos –, mas parte deles foi ajustada para atender ao público mais recatado da igreja. A cor vermelha em lingerie e em alguns objetos não é bem-aceita porque, para alguns grupos, ela “evo-ca o demônio”. Palavras mais “fortes” foram atenuadas nas embalagens e essas devem ser mais discretas do que as oferecidas aos consumidores não crentes. “Entre os clientes da loja, pelo menos 60% são evangélicos, e esperamos que esse percentual cresça bem mais”, diz João Ribeiro. Tanto que a Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico (Abeme) lançou o *Guia Gospel para Sexshops*, de 90 páginas, justamente para explicar a empresários regras e dicas para vender melhor para esse público. &