

## **Por que o Marketing prefere Papai Noel**

*Átila Varela*

*O natal traz consigo festas, cores, luzes, afeto e alvoroço nas compras de fim de ano. Nesse período, duas personagens aparecem: Jesus Cristo e Papai Noel*

De um lado a celebração mais importante do ano para os cristãos. Do outro, um período que vale por meses de vendas para o comércio. Assim é definida a época natalina. Nesse cenário, aparecem duas imagens: Jesus Cristo e Papai Noel.

Para o consultor de marketing, Wellington Gabriel de Oliveira ambos os ícones são usados para agregar valor aos produtos. "Cada símbolo busca agregar um conceito. O uso deles é ideal para marcar a época". Segundo ele, a simpatia do "Bom Velhinho", resultou em uma proximidade comercial pelas empresas.

O professor de Marketing e Comunicação da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Carlos Eduardo Silva, reforça a dicotomia do período. "Temos uma referência de presentear no Natal na passagem dos reis magos que presentearam Jesus no nascimento. Isso proporciona um aumento nas vendas, aliado às campanhas e ações de divulgações nesta época".

Com o Papai Noel como astro pop, as ferramentas são muitas para atrair o consumidor: helicóptero, cortejo e até fogos de artifício. A professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Maria Luiza Piccioli, explica que as ações estratégicas fortalecem o conceito para impulsionar as vendas. "As empresas começaram a marcar pontos para campanhas temáticas. O Papai Noel traz uma perspectiva positiva. Isso traz público".

E pode usar a imagem de Jesus no marketing? O gerente comercial da agência Frutto Marketing Corporativo, Flávio Zanellato diz que a melhor maneira de usar a imagem de Cristo é observar o nicho de mercado que se pretende atingir. "No meio comercial, Jesus será atrelado à religião".

### **Diversidade**

Segundo ele, o uso de ícones religiosos não são aconselhados em peças publicitárias pelo fato de o País ser formado por diversas crenças e religiões. "Não se pode associar uma saca de arroz a uma figura religiosa ou à venda de um fogão. Isso afetaria o propósito de venda do produto". A figura mais adequada, portanto, ainda é o Papai Noel. "Desprovido de religiosidade, pode ser utilizado em qualquer produto. É uma figura emblemática para as vendas".

Para o professor da Área de Humanidades da ESPM, Mário Schweriner, a figura do Papai Noel é mais associada ao período natalino que o nascimento de Cristo. "Associa-se o Natal a presentes, assim como a Páscoa lembra chocolate", reforça.

No entanto a simbologia do mito do Papai Noel depende de questões culturais. "Em alguns países da Europa não existe a figura do Papai Noel. Nos Estados Unidos e no Brasil a imagem é mais forte e disseminada", destaca Schweriner.

*(colaborou Vanessa Freitas, especial para O POVO)*

**Fonte: O Povo. [Portal]. Disponível em:**

**<<http://www.opovo.com.br/app/opovo/economia/2013/11/29/noticiasjornaleconomia,3169939/por-que-o-marketing-prefere-papai-noel.shtml>>. Acesso em: 2 dez. 2013.**