

Uma palavra do Vaticano a respeito do marketing: pesquisa documental

*Lindolfo Alexandre de SOUZA*¹

Resumo

Este trabalho procura identificar um posicionamento do Vaticano sobre o marketing religioso, a fim de contribuir para uma melhor compreensão deste fenômeno no contexto da Igreja Católica. Como não foi encontrado um único documento sobre o marketing religioso, nem mesmo sobre o marketing em geral, optou-se por uma pesquisa documental nos documentos oficiais oriundos da Santa Sé a respeito da comunicação social. Ao analisar as referências encontradas é possível propor que a Igreja Católica posiciona-se sobre esse assunto a partir de uma postura de ambivalência: o marketing pode ser negativo ou positivo, dependendo do contexto e a forma como for utilizado. Nesse sentido, é possível entender melhor o fato de que tanto os setores eclesiais católicos favoráveis ao marketing religioso, como também os contrários, fundamentam seu discurso em palavras oficiais da instituição.

Palavras-chave: Comunicação Eclesial; Crítica Profética; Marketing; Marketing Católico; Teologia e Economia.

¹ Bacharel em Jornalismo e em Ciências Religiosas pela PUC-Campinas, especialista em Comunicação pela USF/SEPAC e mestre em Ciências da Religião pela UMESP. Professor da PUC-Campinas. E-mail: lindolfo@puc-campinas.edu.br