

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

DANIELA ANTÔNIA CRISTÓFOLI GARCIA

**A MUDIATIZAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA:
A PRESENÇA DO PAPA FRANCISCO NO TWITTER**

São Leopoldo

2021

DANIELA ANTONIA CRISTÓFOLI GARCIA

**A MUDIATIZAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA:
A PRESENÇA DO PAPA FRANCISCO NO TWITTER**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, pelo Curso de Comunicação social com ênfase em Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Daniel Silva Pedroso

São Leopoldo

2021

Dedico o presente trabalho à minha mãe, Prof. Lorena Eloisa Cristófoli Garcia (*in memoriam*), que me alfabetizou, ensinou que educação é o maior bem que podemos ter e foi minha maior incentivadora para conclusão deste curso.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, por toda força que me concedeu durante a realização deste trabalho.

Agradeço à minha mãe, Prof^a Lorena (*in memoriam*), por ter me ensinado a ler e escrever, ter sempre priorizado minha educação e que sempre me incentivou a buscar meus sonhos. Este agradecimento é pouco perto de tudo que você significa para mim.

À minha irmã Raquel e ao meu cunhado Ricardo, por todas as vezes que estiveram comigo, sempre me incentivando e apoiando.

Aos meus afilhados Gustavo e Gael que são minha alegria e motivação.

Aos meus avós, Reynaldo e Antônia, que nunca deixaram faltar amor, carinho e o “troquinho” para gasolina e estacionamento durante os dias de aula, vocês são meus exemplos de força e superação.

Aos meus familiares: tios, primos, padrinho, madrinhas, sobrinhos. Obrigada pelo apoio que sempre me deram durante toda a minha vida.

Aos meus amigos que estiveram ao meu lado mesmo na minha ausência e que torcem pelas minhas conquistas.

Ao meu amigo e revisor Luan Pazzini Mendonça, por colocar carinho e dedicação em cada página.

A todos os mestres que contribuíram com a minha formação acadêmica e profissional durante a minha vida.

Um Agradecimento mais do que especial ao meu orientador, Prof. Dr. Daniel Pedroso, que no final do segundo tempo assumiu a partida e com maestria, paciência e muita motivação, me guiando na construção e conclusão deste trabalho.

E por último, mas não menos importante, ao meu esposo Renan, que com muito amor me ajudou a chegar ao final deste percurso. Obrigada por tudo, pela paciência, compreensão e principalmente por me motivar a ser cada dia melhor.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso se insere no campo de estudos da midiatização da religião. Nosso objetivo geral é propor uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no *microblog Twitter*. Como objetivos específicos propomos uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no *microblog Twitter*; compreender o potencial de funcionamento das redes sociais e em especial do *microblog Twitter*; Compreender as características da presença do Papa Francisco no Twitter, por meio da análise dos seus *tweets*. Nossa pergunta de trabalho é "De que modo o Papa Francisco se apropria do *microblog Twitter* para dar visibilidade ao seu projeto de evangelização"? O método de pesquisa é constituído pelo Estudo de Caso aliado a Descrição Tecnodiscursiva. Já o *corpus* de pesquisa é composto por 27 *tweets* do Papa Francisco coletados de março de 2019 à março de 2021. Para dar conta deste desafio, buscamos construir um referencial teórico que contextualizasse o conceito de midiatização da sociedade e da religião. Além disto, elencamos aspectos históricos que nos permitam perceber como foi se estruturando a comunicação da Igreja Católica até chegar as redes sociais. A pesquisa chegou a três categorias de análise que contribuíram para percebermos de que modo o Papa Francisco se apropria do *microblog Twitter* para dar visibilidade ao seu projeto de evangelização, sendo elas: *Hashtag*, *Vídeo e Fotos*, e *Citação Bíblica*. As considerações finais apontam como ocorre o processo de evangelização através presença do Papa Francisco no *Twitter*.

Palavras-chave: Papa Francisco. Midiatização. *Twitter*. Religião. Redes Sociais.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema de análise da midiatização de Verón (1997).	16
Figura 2 – Transmissão da missa pela TV Nossa Senhora Aparecida.	17
Figura 3 – Papa Francisco na Praça de São Pedro durante pandemia.	18
Figura 4 – Programa apresentado pelo pe. Reginaldo Manzotti.	19
Figura 5 – Missa transmitida pela TV Aparecida.	20
Figura 6 – Site Vatican News.	21
Figura 7 – Imagens redes sociais da CNBB- <i>Facebook, Twitter e Youtube</i>	22
Figura 8 – Missas são transmitidas pelo celular.	23
Figura 9 – Ilustração de Gutenberg (à direita) manuseando um panfleto.	27
Figura 10 – Papa Bento XVI publica seu primeiro <i>tweet</i>	30
Figura 11 – Captura de tela do último <i>tweet</i> de Bento XVI.	30
Figura 12 – Captura de tela Twitter Padre Fabio de Melo.	31
Figura 13 – Captura de tela Twitter Padre Marcelo Rossi.	32
Figura 14 – Captura de tela Twitter Padre Alessandro Campos.	32
Figura 15 – Captura de tela Twitter Papa Francisco em português.	33
Figura 16 – Captura de tela página inicial Facebook.	36
Figura 17 – Captura de tela WhatsApp.	36
Figura 18 – Captura de tela Youtube.	37
Figura 19 – Captura de tela do primeiro <i>tweet</i> do Papa Francisco.	38
Figura 20 – Captura de tela tuíte do Papa em 2017.	39
Figura 21 – Captura de tela tuíte do Papa pedindo oração pelas vítimas do atentado ao semanário francês Charlie Hebdo.	39
Figura 22 – Captura de tela da página seguindo twitter @Pontifex.	40
Figura 23 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.	44
Figura 24 – Captura de tela Twitter Papa Francisco.	44
Figura 25 – Captura de tela Twitter Papa Francisco.	45
Figura 26 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.	46
Figura 27 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.	47
Figura 28 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.	48
Figura 29 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.	48
Figura 30 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.	49
Figura 31 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.	50

Figura 32 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.	50
Figura 33 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 MEDIATEZACÃO DA SOCIEDADE E MEDIATEZACÃO DA RELIGIÃO CATÓLICA	13
2.1 A MEDIATEZACÃO DA RELIGIÃO CATÓLICA.....	16
3 A COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA, CIBERTEOLOGIA E REDES SOCIAIS	26
3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DA COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA.....	26
3.2 CIBERTEOLOGIA E REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	34
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, APRESENTAÇÃO DO CORPUS DE PESQUISA E ANÁLISE	38
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO.....	38
4.2 ESTUDO DE CASO	41
4.3 CORPUS DE PESQUISA.....	42
4.4 ANÁLISE	43
4.4.1 <i>Hashtags</i>	43
4.4.2 Fotos e Vídeo	45
4.4.3 Citações Bíblicas.....	49
4.5 CONCLUSÃO DA ANÁLISE.....	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS	56
ANEXO A – CAPTURA DE TELA DO TWITTER @PONTIFEX_PT ANALISADOS	60
ANEXO B – GLOSSÁRIO DO TWITTER	64

1 INTRODUÇÃO

Sou filha de Professora, minha mãe me alfabetizou desde muito cedo, sempre fui muito curiosa e amava ler. Jornais de final de semana eram umas das minhas leituras favoritas, me encantava pelo jeito como as notícias iam parar no meu portão, além deles, os livros infantis que minha mãe comprava mensalmente também me fascinavam. Sempre fui muito ligada nos meios de comunicação, amava rádio, ficava “fissurada” com a TV, lia jornais, revistas e aos 13 anos ganhei meu primeiro computador, lá tive contato com a *internet* e com diversas redes sociais, criava *blogs* e tinha acesso a um mundo de informações antes desconhecidas.

Com o passar do tempo, entre a infância e a pré-adolescência, tive interesse pelas famosas revistinhas de fofoca que comprávamos nos caixas de supermercados, pensando bem, creio que elas foram responsáveis pelo meu primeiro contato com Assessoria de Imprensa¹, uma das minhas grandes paixões no jornalismo. Eu uma criança dos anos 1990, adorava colecionar recortes de imagens e textos dos meus artistas favoritos, sem saber eu estava fazendo clipagem, na época eram milhares de recortes de Sandy & Junior, que depois passaram a ser da banda norte-americana *Linkin Park*.

Doutrinada na fé católica, desde muito cedo estou acostumada a frequentar as igrejas do Vicariato de Gravataí, setor da região metropolitana de Porto Alegre. Após ser catequizada para a Primeira Eucaristia, optei por participar de movimentos católicos, foi lá que tive o meu primeiro contato com uma redação. Apesar de o jornal do grupo de jovens ser uma publicação amadora, eu fazia parte das reuniões de pauta, das reportagens, da edição e diagramação dos textos, uma experiência que me apontou pela primeira vez o desejo de estudar jornalismo.

Ingressei no curso de Jornalismo aos 20 anos, depois de me formar em um curso Técnico em Administração e flertar com a faculdade de Direito. Minha família não tinha dinheiro para o curso, então minha mãe me desafiou a cursar apenas uma disciplina e conseguir um estágio na área, para ver se eu realmente tinha interesse

¹ Assessoria de imprensa têm a função de lidar diretamente com repórteres, além de conhecer as atividades, projetos, propostas e ideais da instituição ou cliente para, assim, elaborar releases e sugerir pautas noticiáveis para a mídia. Deve ainda divulgar eventos, montar clippings, dar orientações sobre como executivos e colaboradores devem se relacionar com a mídia e possuir mailing atualizado. Mas seu principal papel é a divulgação. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/_ed756_assessoria_de_imprensa_ou_de_comunicacao/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

no curso. Duas semanas após a primeira aula eu estava estagiando em uma pequena assessoria de imprensa, não sabia bem o que estava fazendo, não entendia os termos técnicos, mas tinha muita vontade de aprender. Particularmente a experiência foi muito difícil, porém, me abriu as portas para vivenciar outras experiências dentro do jornalismo, desde então, vivo de comunicação.

Desde que passei no vestibular tive o desejo de poder unir comunicação e religião em meus projetos universitários, mesmo sem saber exatamente como fazer isto, visto que o meio acadêmico para mim era um espaço, no início da minha trajetória, totalmente desconhecido que, aos poucos, fui desbravando.

Em 2013 ocorreu a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) no Rio de Janeiro, mesmo ano que o argentino Jorge Mario Bergoglio se tornou o Papa Francisco. Tive a oportunidade de acompanhar a organização do evento no Rio, durante sete dias. Após retornar ao Rio Grande do Sul, além de acompanhar as notícias pela televisão e sites de notícias, também acompanhava o que estava acontecendo através das postagens² do Papa Francisco no *Twitter*.

Foi justamente na atividade acadêmica de Projeto de Pesquisa, que antecede o Trabalho de Conclusão, que despertei para o tema do meu trabalho de conclusão. Impactada pelas mensagens do Papa Francisco no *Twitter*, apontei essa questão como minha escolha inicial para o tema do meu TCC. Meu desejo era o de falar sobre a Igreja Católica e os sites de redes sociais, com a pergunta chave sendo: “Por que o Papa entrou no *Twitter*?”, embasei minha pesquisa com o foco as redes sociais. Ou seja, a presença do Papa Francisco no *microblog Twitter*³, fez com que eu me interessasse muito pelo tema.

Ao longo do semestre, após ler os autores que falavam sobre a presença do Papa Francisco no *Twitter*, percebi que meu objeto de pesquisa não estava diretamente ligado somente às redes sociais. O projeto começou a ganhar novos horizontes, quando em uma conversa com a Prof. Dra. Maria Clara Aquino Bittencourt, foi discutida a possibilidade de usar como referencial teórico a

² O Papa Bento XVI já escrevia os seus próprios tuítes. Hoje, o papa Francisco é quem escolhe os temas dos quais quer falar, e é quem escreve suas mensagens também. Ele só não publica os tuítes porque precisamos postá-lo em nove línguas diferentes. Disponível em <<https://epoca.globo.com/segundo-lider-mundial-mais-seguido-no-twitter-papa-escreve-seus-proprios-tuites-e-nunca-caiu-em-fake-news-23639402>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

³ O Twitter é uma rede social que **simula um blog pessoal**. A plataforma oferece um espaço de 280 caracteres para você mandar mensagens sobre “O que está acontecendo?” para todos os seus seguidores. No Twitter, essas mensagens são chamadas de “Tweet”. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/twitter/>>. Acesso em: 15 abr. 2021.

midiatização, a partir deste ponto busquei pessoas que pudessem me ajudar, cheguei então ao Pe. Pedro Gilberto Gomes. Ainda com muitas dúvidas acerca do foco da pesquisa, Pe. Pedro, que é Doutor em Ciências da Comunicação, me ajudou a eliminar alguns questionamentos que pairavam sobre a minha pesquisa, e assim, consegui escolher a Midiatização da Religião como o foco, porém, a presença do Papa Francisco no *Twitter* continuou sendo o objeto, neste encontro Gomes me indicou alguns orientadores.

Foi então que conheci o Prof. Dr. Antônio Fausto Neto que me orientou na primeira etapa deste trabalho de conclusão, iniciei com ele a segunda etapa, mas ao passar por uma dificuldade pessoal precisei me afastar dos estudos. Retornei com muitas dificuldades financeiras em 2018, fui estudando uma disciplina por semestre, enquanto cuidava de minha mãe que fazia um tratamento contra um câncer agressivo. Muitos dos meus trabalhos universitários eram feitos da poltrona do hospital, ela infelizmente, em maio de 2019 não resistiu ao tratamento.

Continuei meus estudos e, em 2021, veio o grande momento de finalizar este trabalho de conclusão, foi quando o meu então orientador me sinalizou que não poderia mais seguir neste processo comigo. A partir de uma conversa com o coordenador do curso de Jornalismo, Prof. Dr. Micael Behs, surgiu o nome do Prof. Dr. Daniel Silva Pedroso, que aceitou me orientar nessa fase final. O prof. Daniel conseguiu resgatar em mim a força, o foco e a fé, e desta forma, me guiou no caminho que será apresentado nos próximos capítulos.

Observamos que a sociedade está em um acelerado processo de midiatização, a partir da intensificação, aceleração e penetração da presença da mídia na vida das pessoas (HJARVARD, 2014). Esse processo, aliado ao desenvolvimento tecnológico, permitiu que muitas realidades fossem se modificando na sociedade em vários âmbitos e, como não poderia ser diferente, isto também ocorreu com a religião. A midiatização da religião vem ganhando cada vez mais espaço entre a igreja enquanto instituição, bem como, com os seus fiéis. Desse novo tipo de interação, mediada pelas tecnologias, mais especificamente pelas redes sociais, surgem uma nova sociabilidade midiática (FAUSTO NETO, 2008) que, por sua vez, faz emergir transformações sociais e culturais, instituindo novos tipos de interações mediadas pela tecnologia. Nessa perspectiva, estudar a presença do Papa Francisco no *Twitter* é uma oportunidade para compreender como está acontecendo a midiatização da sociedade a partir do campo religioso, além de

perceber quais são os impactos desse processo na comunicação da própria igreja, que ao longo dos anos, encontrou nos meios de comunicação tradicionais fortes aliados para o seu projeto de evangelização.

Nessa perspectiva, o objetivo geral desta pesquisa é o de propor uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no *microblog Twitter* espaço de onde vem dando visibilidade para o seu projeto de evangelização. Já os nossos objetivos específicos são:

- a) lançar um olhar sobre a midiatização da sociedade com foco na comunicação da igreja;
- b) Compreender o *potencial* de funcionamento das redes sociais e em especial do *microblog Twitter*
- c) Compreender as características da presença do Papa Francisco no *Twitter*, por meio da análise dos seus *twittes*.

Nessa perspectiva, a nossa pergunta de trabalho é “De que modo o Papa Francisco se apropria do *microblog Twitter* para dar visibilidade ao seu projeto de evangelização?”

E para dar conta do exame deste contexto complexo, os nossos procedimentos metodológicos são compostos pelo método do Estudo de Caso articulado com a ferramenta da Descrição Tecnodiscursiva. Através do Estudo de Caso será possível gerar declarações teóricas sobre o caso estudado, bem como gerar modelos de análise que nos permitem compreender o funcionamento do todo por meio do estudo de suas partes, já apoiados na ferramenta de pesquisa da Descrição Tecnodiscursiva (FAUSTO NETO, 2008 e PEDROSO, 2015), poderemos observar tanto a partir da dimensão técnica, quanto a dimensão discursiva, os sentidos embricados na construção do nosso objeto de pesquisa.

Para dar conta do desafio presente neste trabalho de conclusão do curso, esta pesquisa está organizada em cinco capítulos. Além da introdução, no capítulo dois nos debruçamos sobre o conceito de midiatização da sociedade de uma forma geral, além de abordamos também a temática da midiatização da religião de forma específica. No capítulo três elencamos brevemente alguns aspectos históricos que nos permitam perceber como foi se estruturando a comunicação da igreja católica, ao longo do tempo. Nesse percurso abordamos o conceito de *Ciberteologia* e lançamos um olhar sobre algumas redes sociais em especial o *Twitter*, utilizado por

alguns expoentes da igreja católica no Brasil para ampliar a nossa compreensão sobre o assunto.

Já no capítulo quatro, apresentamos a caracterização do objeto de estudo. Explicitar os nossos procedimentos metodológicos, além de elencar o nosso o *corpus* de pesquisa que é composto por publicações do *Twitter* do Papa Francisco. O recorte foi construído com publicações que foram divulgadas entre março de 2019 até março de 2021. Ainda neste capítulo apresentaremos as nossas das categorias de observação, além da nossa análise. A última parte desta pesquisa será a apresentação das considerações finais, espaço no qual nos propomos a construir uma reflexão acerca do que foi pesquisado e compreender a relevância da pesquisa para o campo do jornalístico e para a sociedade.

2 MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE E MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO CATÓLICA

Como exposto na introdução deste trabalho de conclusão de curso, o objetivo geral desta pesquisa é propor uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no *microblog Twitter*, espaço de onde vem sendo dada visibilidade para o seu projeto de evangelização. Nessa perspectiva, nesse capítulo inicial nos debruçamos sobre o conceito de midiatização da sociedade e finalizamos a nossa discussão abordando a temática da midiatização da religião. Acreditamos que este percurso vai nos permitir criar um referencial teórico que nos possibilite enfrentar de forma efetiva o processo analítico a ser apresentado no quarto capítulo.

Ao fazer referência a palavra midiatização, é comum muita gente relacionar o termo com o substantivo mídia, e dar como significado o trabalho desenvolvido por diversas técnicas e veículos de comunicação como o jornal, o rádio, a televisão e a internet. Ou seja, muitas vezes o senso comum pode conceituar midiatização como aquilo que é produzido pelos meios de comunicação para os receptores sejam eles leitores, ouvintes, telespectadores ou usuários de internet.

Porém, atualmente, este termo vai muito além destas simples noções acima expostas. Muitos estudiosos, ao redor do mundo, começaram a observar o surgimento de um fenômeno processual que envolve a mídia e sua relação com a sociedade. Esse fenômeno passou a ser conhecido como processo de midiatização da sociedade e busca dar conta da construção da realidade social a partir do trabalho da mídia, e vem sendo analisado seguindo diversas hipóteses e definições. Nessa perspectiva a midiatização tanto pode ser um conceito quanto o nome de um processo.

Para o sociólogo dinamarquês Stig Hjarvard (2014), a midiatização da sociedade ganhou força a partir de meados da década de 1940 com o final da segunda guerra. Para o pesquisador nessa época o trabalho dos meios de comunicação passou a ganhar mais relevância a partir da penetração, intensificação e aceleração da presença da mídia nos mais variados âmbitos da sociedade. O Professor da Universidade da Copenhague entende ainda que a midiatização é responsável por processos de transformação de caráter social e cultural.

A midiatização reflete a nova condição da importância intensificada e em transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis. (STIG HJARVARD, 2014, p.26).

Nessa perspectiva, várias atividades cotidianas, desenvolvidas pela vida em sociedade, como trabalhar, estudar, ir ao banco e interagir com as pessoas, por exemplo, passam a ser mediados por processos tecnológicos, aparatos midiáticos e pelas lógicas das mídias. O próprio trabalho da mídia acaba sendo afetado por esse processo como surgimentos de novas formas de interação dos meios de comunicação com seus públicos, seja a mídia tradicional ou os novos meios.

Pedro Gilberto Gomes (2016) diz que a midiatização está se tornando cada vez mais um conceito chave, fundamental, essencial para descrever o presente, a história dos meios e as mudanças comunicativas que vem ocorrendo a partir do desenvolvimento tecnológico, das novas ferramentas e formas midiáticas que surgem a cada dia. Para o autor, aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência que, significa dizer que o atual estágio da interação humana, a partir da midiatização deu um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal (GOMES, 2007).

Para Fausto Neto (2005), a emergência deste conceito resulta do desenvolvimento de uma modalidade prática de comunicação, o que faz necessário aos outros campos uma busca maior por conhecimento para que a compreensão deste fenômeno midiático seja alcançada.

A midiatização situa-se em processos e contextos históricos e em percursos de desenvolvimento de alta complexificação que impõem a necessidade de considerar mecanismos de explicação que são atualizados no movimento destes próprios processos históricos e nos quais se passa o desenvolvimento das técnicas, dos processos e das práticas de comunicação. (FAUSTO NETO, 2006, p.3).

Ainda para Fausto Neto (2006) a midiatização pode ser uma teoria explicativa da sociedade em que vivemos, ou um fenômeno que apresenta questões que remetem à complexidade da própria sociedade. Fausto Neto (2006) também nos fala sobre uma reflexão acerca da midiatização como prática social e como prática de sentido. Para ele o avanço tecnológico no âmbito comunicacional vem permitindo que as instituições, organizações e os atores sociais possam desenvolver sentidos e

disseminá-los na sociedade por meio da circulação, o que constitui também uma prática social.

Percebemos desta forma que o processo de midiatização, acaba permitindo que a geração de discursos sociais ganhe novos interlocutores, novas formas de produção e novas formas de circulação complexificando ainda mais a produção e circulação de discursos na sociedade. E justamente sobre a circulação, Fausto Neto (2009) aponta esse âmbito do processo comunicativo como o espaço de exame das pesquisas em midiatização, principalmente no que se refere à

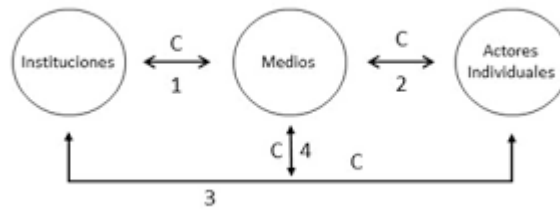
[...] novos processos de circulação de mensagens e, de modo especial de produção de sentidos, organizam uma nova arquitetura comunicacional, afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores, ensejando novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais. (FAUSTO NETO, 2009, p.1-2).

Gasparetto (2011) também corrobora com Fausto Neto (2006), para ele, a midiatização afeta as práticas sociais, e suas lógicas atravessam as de outros campos sociais. O autor entende que a midiatização tem um papel social de grande valia, pois é através dela que muitas vezes ocorrem mudanças nos processos de comunicação em diversos campos da sociedade, reforçando o que referenciamos anteriormente por meio das ideias do pesquisador Stig Hjarvard (2014).

A rápida evolução das mídias e a facilidade ao acesso de dispositivo digitais por vários setores da sociedade tem feito com que o processo de midiatização ocorra de forma muito intensa, para Fabiane Sgorla (2009) a globalização, concomitantemente à maturação e à convergência tecnológica, tem afetado diretamente as práticas comunicacionais.

Com o intuito de gerar um modelo analítico que nos permita compreender o processo, Eliseo Veron (1997) utiliza um modelo gráfico para nos explicar que uma das características da midiatização é a questão de não ter um processo linear nas relações dos seus componentes. Ou seja, a construção do discurso social não está mais restrita a apenas um setor, como foi o caso da mídia durante muito tempo, como podemos observar a partir do esquema abaixo:

Figura 1 – Esquema de análise da midiática de Verón (1997).



Fonte: Adaptado de Verón (1997, p. 15).

O autor explica que o gráfico representa as zonas de produção coletiva: “a relação da mídia com as instituições da sociedade (seta dupla 1), a relação da mídia com os atores individuais (seta dupla 2), a relação das instituições com os atores (seta dupla 3) e a forma como a mídia afetam a relação entre instituições e atores (seta dupla 4)” (VERON, 1997, p.8). Percebemos, através do gráfico, que a sociedade afeta e é afetada pela midiática, uma estrutura que nos mostra que possuímos variadas possibilidades de interações e nos apresenta a complexidade da própria midiática durante seu avanço.

A partir do que foi exposto e de acordo com o pensamento dos autores, podemos perceber como o processo de midiática transformou e vem transformando os processos e como afeta as práticas comunicacionais, sejam elas interpessoais e institucionais, bem como o espaço da própria mídia. Ao evidenciar a participação de novos agentes no processo discursivo se complexifica e se gera uma nova sociabilidade midiática, instituída em novos processos de circulação de sentidos na sociedade. No próximo tópico o nosso desafio é o de lançar um olhar sobre como o processo de midiática vem se desenvolvendo no âmbito da religião, em especial junto à Igreja Católica Apostólica Romana.

2.1 A MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO CATÓLICA

A midiática da religião faz com que a evangelização avance dos templos e vá para “qualquer” lugar, se tornando mais universal e acessível. Para Borelli (2010) existem lógicas para uma construção midiática da religião, uma delas aponta um “uso” consciente e estratégico da mídia para atingir os seus fiéis, com a Igreja se munindo da tecnologia disponível para conseguir de fato evangelizar fora do templo.

Hoje, não se trata apenas de mídia e sagrado. Este não desconhece aquela. Embora concorram, podem ajudar-se, até pela denúncia, a progredir (um pela outra) na medida em que sejam capazes de quebrar os ídolos do espetáculo e do sucesso fácil. (RIBEIRO, 2006, p. 5).

Os templos atualmente são munidos de dispositivos midiáticos como sistemas de captação de áudio e vídeo, iluminação, corte multicâmera, bem como sistema de transmissão e distribuição do sinal captado, sejam eles, via internet ou transmissão digital terrestre. Um exemplo disso são as transmissões das missas realizadas pela TV Nossa Senhora Aparecida, diretamente da basílica do mesmo nome, como podemos ver na imagem que segue.

Figura 2 – Transmissão da missa pela TV Nossa Senhora Aparecida.



Fonte: Dom total (2020).⁴

Segundo Borelli (2010) eles essas transmissões podem transmitir a experiência que é vivenciada dentro deles, como se aquilo que antes era buscado em alguma igreja, como cura interior ou a oração como experiência mística, por fim, seja possível obtê-las sem estar nesses lugares, bastando ter somente algum meio de comunicação a disposição.

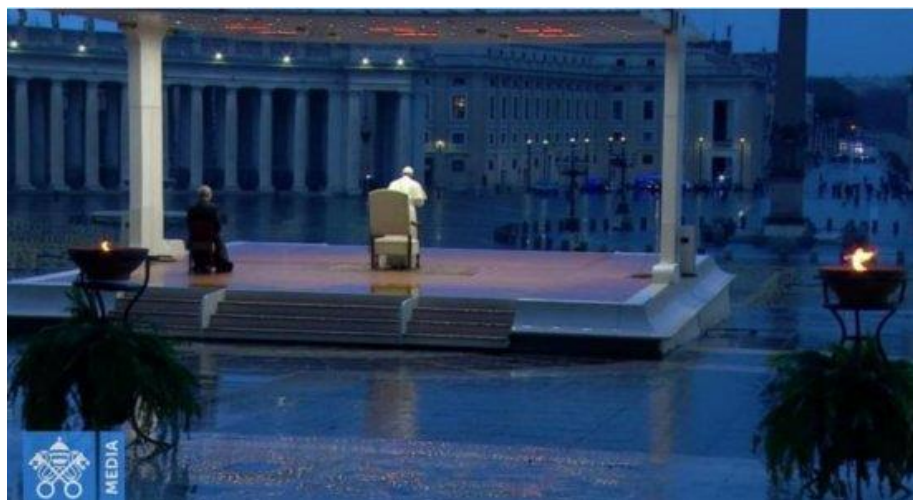
A evangelização a partir da midiaticização da religião se transforma em algo que não é mais restrito ao que está próximo, rompendo os limites e ultrapassando fronteiras, podendo chegar a qualquer lugar do mundo, criando laços mundiais, aonde a mensagem chega em poucos segundos.

⁴ Disponível em: <<https://domtotal.com/noticia/1470443/2020/09/novena-e-festa-de-nossa-senhora-aparecida-sera-virtual-e-com-limite-presencial-de-fieis/>> Acesso em: 29 abr. 2021.

A midiatização afeta as práticas sociais como um todo e também os modos de agir dos sujeitos. No caso específico do campo religioso, nota-se que há reformulações e adequações nas suas práticas que são alavancadas e codeterminadas pelas mídias, seus processos e lógicas de funcionamento. (BORELLI, 2010, p.27).

Nota-se, a partir pensamento do autor, que estamos diante de uma nova dinâmica na maneira do fiel viver sua crença, conforme sua necessidade e realidade. Nessa perspectiva os bancos das igrejas não ficam restritos aos templos, eles se expandem para qualquer lugar. Hoje para ir à missa não é mais necessário, deslocamentos, o acesso ao sagrado se dá por meio do digital. Especificamente neste período de pandemia da Covid-19⁵, no qual os templos fecharam suas portas, muitas missas e atos religiosos foram realizados por meio do uso intensificado dos diversos meios de comunicação, sejam os tradicionais ou os novos, para alcançar os fiéis, que não poderiam estar presentes, como podemos observar nessa imagem que revela o Papa rezando sozinho na praça de São Pedro, mas tendo a sua imagem transmitida para o mundo inteiro pelo centro televisivo do Vaticano.

Figura 3 – Papa Francisco na Praça de São Pedro durante pandemia.



Fonte: TV JORNAL, 2020.⁶

Segundo Carranza; Mariz; Camurça (2008), por longo tempo vários setores da Igreja Católica viam com desconfiança a televisão, considerando-a um instrumento massificador e alienador, sendo incapaz de evangelizar. Porém, como podemos perceber, esta posição em relação à televisão se transformou e ainda vem

⁵ A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global. Disponível em <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em: 13 mai. 2021.

⁶ Disponível em: <<https://tvjornal.ne10.uol.com.br/noticias/2020/03/27/papa-francisco-realiza-bencao-sozinho-no-vaticano-por-conta-do-coronavirus-e-imagens-chocam-internautas-186082>>. Acesso em 04 mai. 2021.

sendo modificada, tendo uma boa receptividade dentro da instituição, podemos citar como exemplo a rede vida que tem uma programação voltada para a religião católica.

Figura 4 – Programa apresentado pelo pe. Reginaldo Manzotti.



Fonte: Teleguiado⁷ (2019).

É sabido que, com o passar dos anos e com as novas decisões tomadas no Concílio Vaticano II, que nos aprofundaremos mais no próximo capítulo, a Igreja Católica se abriu ao “novo mundo” comunicacional. A presença cada vez mais forte da televisão nas casas das pessoas, e o surgimento de canais segmentados de cunho religiosos que vêm crescendo a cada ano, estimulam a presença digital da igreja. Muitos dos canais religiosos no Brasil e no mundo são católicos, e fazem com que a experiência do viver a fé rompa a barreira do encontro dominical nos templos e fique disponível durante qualquer momento do dia no contexto do lar. Experiências radiofônicas também adentraram a vida da sociedade, assim como jornais, revistas e informativos segmentados e dirigido ao público cristão, como mostra o autor.

À miosfera corresponde um estágio de pluralização dos dispositivos em circulação. Rádio e televisão resgatam o contato imediato produzido pela fala, provocando o que McLuhan chama de retribalização. (HOERLLE, 2013, p.32).

⁷ Disponível em <<https://teleguiado.com/televisao/2019/02/rede-vida-dispara-e-ja-figura-entre-as-15-tvs-mais-vistas-no-brasil.html>> Acesso em: 29 abr. 2021.

Rosa; Severo; Borelli (2010) ressaltam que com a midiatização, as instituições religiosas buscam construir novos vínculos de interação entre seus discursos e seus atores sociais, ou seja, elas se adaptam ao ambiente para dar continuidade à obra.

Avaliando a midiatização da Igreja Católica, Gomes (2013) diz que ela se jogou de cabeça na mídia. Hoje podemos citar, segundo ele, diversos canais de televisão, como: Rede Vida, Aparecida, Canção Nova, etc., isso sem contar as independentes. “Essa tradição, a Igreja sempre teve. Só de rádios, ela possui cerca de 200” (GOMES, 2013, p.187). Para o autor estamos vivendo um momento de transição na sociedade. Uma mudança de época, que está colocando a humanidade em outro patamar.

Figura 5 – Missa transmitida pela TV Aparecida.



Fonte: Diocese de São José dos Campos.⁸

As mudanças também ocorrem nas tecnologias que disseminam a informação, o que faz com que a midiatização não fique restrita só ao jornal, ao rádio, à TV, e ao cinema, mas vá para qualquer lugar através da internet. A midiatização digital, segundo Sbardelotto (2014), é onde a experiência diária de vida vai ganhando outros contornos. Para ele a digitalização facilita o acesso e o uso, por parte da sociedade, dos meios de acesso, produção e transmissão de informações, expandindo o alcance e a abrangência dos meios de interação social, como pode ser visualizado por meio do site do Vaticano que reúne informações da Papa Francisco, bem como informações da Santa Sé.

⁸ Disponível em: <<https://diocese-sjc.org.br/confira-dias-e-horarios-das-missas-transmitidas-pelas-emissoras-de-tv-de-inspiracao-catolica/>> Acesso em: 14 mai.2021.

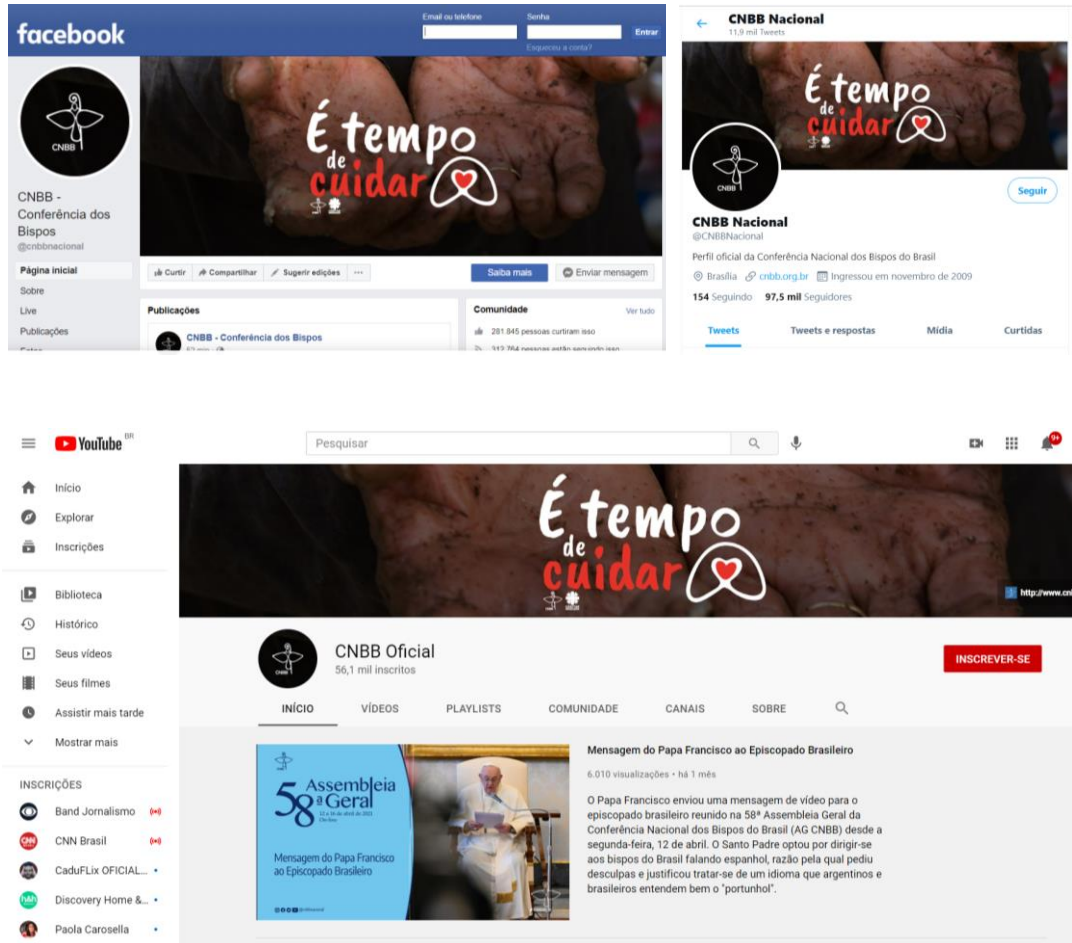
Figura 6 – Site Vatican News.



Fonte: Google 2021.

Para entender como as práticas de fé estão se utilizando dos novos meios de comunicação para escrever uma nova história entre Igreja e sociedade, é necessário que se compreenda primeiro, como a revolução digital interfere na religião. Isso aparece, por exemplo, através do conceito de Ciberteologia, segundo Spadaro (2012, p.41) “não é reflexão sociológica sobre a religiosidade na internet, mas é fruto da fé que emite de si própria um impulso cognitivo em um momento em que a lógica da rede marca a maneira de pensar, conhecer, comunicar, viver”. Na esteira do autor, apontamos, por exemplo, marcas da presença digital do Conselho Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) na internet, entretanto, mais do que presença estes espaços se apresentam como ponto de conexão entre a igreja e seus membros, e fiéis.

Figura 7 – Imagens redes sociais da CNBB- Facebook, Twitter e Youtube.



Fonte: Google 2021.

Para Spardaro (2012) os sites de redes sociais são “povoados” por pessoas, não trabalhando mais com as massas, mas sim com opiniões reunidas em conjuntos de indivíduos, onde religião também é apontada e discutida, pelos que integram as redes. O leigo, que é o membro participante da vida da Igreja, também se coloca “a serviço” da evangelização midiaticizada, espalhando através da mídia aquilo que a Igreja acredita, indo ao mundo fazer discípulos. Já não é mais a única opção abandonar a família, ou largar o conforto de seu lar e rotina diária, há um novo modo de evangelizar Jesus Cristo, onde o serviço prestado à Igreja não é mais somente feito olho no olho, pois a partilha ocorre sem estar dentro da igreja, ela se desdobra para o ambiente virtual.

Homens e mulheres que espalham a boa nova pelas redes são chamados de leigo-amador, por Sbardelotto (2014). Para ele, graças à maior acessibilidade aos meios digitais, à publicização de informações e à democratização do polo de

produção simbólica, os amadores em rede adquirem e desenvolvem saberes-fazeres reticularmente, para além do papel desempenhado pelos especialistas tradicionais. Um exemplo dessa participação e o apoio dos leigos na transmissão de uma missa da Arquidiocese de Florianópolis.

Figura 8 – Missas são transmitidas pelo celular.



Fonte: Arquidiocese de Florianópolis.⁹

Segundo Fausto Neto (2004), nesse contexto, a religião deixa de ser fenômeno institucional e passa a ser praticada pela mediação dos *media*, assumindo uma dimensão autorizada, na medida em que ela passa mais pelas mãos dos indivíduos e menos pelas instituições, neste momento aqueles que buscam essa vivência do mágico, acabam por encontrar pessoas comuns, assim como eles, que compartilham da mesma fé, anseios, que necessitam de cura interior, conforto e buscam respostas.

A partir da facilidade ao acesso aos dispositivos digitais, muitas pessoas buscam como complemento, ou até mesmo como prática singular, o uso deles para ter uma experiência da fé. Não só nos templos, igrejas e em grupos que é possível viver isto, mas sim de qualquer lugar é possível obter a experiência da mística religiosa. A Igreja Católica, apesar de seu discurso tradicional, emerge para uma

⁹ Disponível em: <<https://arquifln.org.br/noticias/pastoral-de-comunicacao-das-paroquias-da-arquidiocese-transmitem-missas-pelas-redes-sociais/>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

nova fase da midiatização, dessa vez buscando as redes sociais para espalhar o anúncio da “boa nova”.

Percebemos que a mídia já é parte do cotidiano religioso, e é através dela com a compreensão das práticas religiosas, que a Igreja consegue atingir seus fiéis, porém, através das novas mídias, pode enfim não ficar só no discurso dos braços da velha Igreja, como Fausto Neto (2004) cita em a Igreja Doméstica, mas há um novo modo de religar as instituições com os fiéis, além do que, dá oportunidade para buscar e cativar novos devotos para religião. Nesse sentido Sbardelotto (2014) aponta que as

[...] modalidades tradicionais do culto cristão passam a se digitalizar – estendendo e desdobrando a instituição e suas práticas para a internet, traduzindo a tradição e os ritos históricos ao ambiente digital – e novas modalidades de culto cristão passam a surgir com as possibilidades introduzidas pela cultura digital – desafiando e questionando a teologia e a doutrina cristãs mediante uma reatualização do culto cristão em sua inculturação específica no novo contexto social. (SBARDELOTTO, 2014, p.80).

Com a facilidade da evangelização digital proposta por este tipo de mídia, a comunidade missionária também cresceu, pois, não é necessário espalhar a boa nova como outrora se fazia, onde diversas pessoas deixarem seus lares a serviço da evangelização. Hoje milhares de fiéis, com seus dispositivos digitais, conectados à *internet* partilham sobre religião e o posicionamento da Igreja. O que antes só era possível encontrar dentro do templo de pedra ou nas raras visitas de missionários, hoje já pode-se fazer com apenas alguns cliques e está ao alcance das mãos. Para Souza,

[...] com relação à religião e às novas tecnologias da comunicação utilizadas pela igreja, ao mesmo tempo em que essa midiatização compartilha conhecimento, ela nos mostra um problema que Gomes (2009, p. 9) define como “individualismo religioso”. A partir do momento em que se passa a não ter mais tanta importância o convívio, a comunhão. (SOUSA, 2013, p. 37).

Já para Nawroski (2014), as palavras a respeito de Cristo, que circulam entre as páginas da internet promovem a presença Dele entre as pessoas. Este processo de midiatização fez com que surgissem milhares de mediadores entre a instituição Igreja e sociedade, não sendo mais possível se ter apenas o ponto de vista institucional, mas milhares através de fiéis e seus carismas, como se fosse uma grande teia que se entrelaçam por um único objetivo a manutenção e exposição da

fé católica. Apesar do que foi citado por Nawroski (2014), ainda é possível ver a instituição usando seus representantes como mediadores. No caso da Igreja Católica, temos o exemplo do *Twitter*. Em 2012 foi lançado pela Santa Sé o perfil no *Twitter* chamado de @Pontifex. A conta foi utilizado inicialmente pelo Papa Bento XVI, e após a sua renúncia, passou em 2013 a ser utilizado pelo Papa Francisco que dá continuidade ao trabalho midiático dentro do *Twitter*, adaptando as postagens ao seu modo de ser e agir.

Chegamos ao final deste capítulo inicial que teve como objetivo compreender o processo de midiatização da sociedade, tanto como um processo social quanto como uma teoria que tem a pretensão de explicar a realidade social por meio da mídia. A partir do pensamento dos autores aqui elencados, lançamos ainda um olhar sobre a midiatização da Igreja Católica que encontrou nos meios tradicionais e vem encontrando nos novos meios, novas possibilidades de disseminação do seu projeto de evangelização. No próximo capítulo vamos falar sobre a importância da comunicação dentro da igreja católica.

3 A COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA, CIBERTEOLOGIA E REDES SOCIAIS

No capítulo anterior lançamos um olhar sobre a mídiatização da sociedade e sobre a mídiatização da Igreja Católica, um percurso que entendemos ser necessário para a compreensão do projeto de evangelização do Papa Francisco por meio do *Twitter*, nosso objeto de pesquisa. Neste terceiro capítulo nos propomos a elencar brevemente alguns aspectos históricos que nos permitam perceber como foi se estruturando a comunicação da igreja católica.

Nesse trajeto acreditamos que quatro momentos nos parecem muito relevantes e que nos mostram como a evolução da comunicação da Igreja foi moldando o discurso católico e a sua relação com a sociedade e com os fiéis. O primeiro está atrelado a questão da fundação do cristianismo onde a comunicação ocorrida de forma individual e em pequenos grupos. Mais tarde por volta do século XV, a impressão da Bíblia de Gutemberg acaba gerando a primeira crise da Igreja Católica. Mais tarde, a abertura da igreja inicialmente para o cinema na década de 1930, para os meios de comunicação na década de 1960, no século XX, e, ainda a abertura para as redes sociais na segunda década do século XXI, nos mostram como a Igreja foi evoluindo em sua comunicação com a sociedade e com os fiéis.

3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DA COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA

A Igreja Católica existe há mais de 2 mil anos, para os Cristãos o momento de sua fundação está documentado no Evangelho de Mateus quando Jesus Cristo disse à Simão, conhecido como Pedro: “Tu és Pedro e sobre esta Pedra edificarei minha Igreja” (MT 16,18). A partir deste momento uma grande missão foi dada aos apóstolos: evangelizar de modo individual e em pequenos grupos, por meio de uma comunicação do evangelho baseado na oralidade. Pedro é considerado o primeiro Papa da Igreja Católica Apostólica Romana, ocupando o lugar de primeiro grande porta-voz da instituição. No evangelho de Marcos, Jesus diz aos seus discípulos “Ide por todo lugar e pregai o evangelho a toda criatura” (MC 16,15).

Podemos perceber que Jesus Cristo tinha grande facilidade ao se comunicar. O evangelho de Lucas (2, 41-52), por exemplo, mostra Jesus ainda menino no templo discutindo com os senhores da lei. Também ao longo de outras

escrituras bíblicas Jesus faz grandes aparições públicas, onde fala às massas da época de diversas formas, como parábolas, sermões, profecias, entre outras maneiras, ou seja, é a partir da comunicação que a Igreja estruturou o seu projeto de evangelização.

O trabalho comunicacional da evangelização após esta etapa não parou, e foi crescendo ao longo dos anos. Mais tarde, em 1455, a com a invenção da Prensa Móvel, por Johannes Gutenberg, fez com que se tornasse possível a impressão de livros. O primeiro livro impresso foi a Bíblia de Gutenberg, em latim, com cerca de 300 cópias, até hoje a bíblia é o livro mais vendido do mundo, de acordo com Silva (2006).

Figura 9 – Ilustração de Gutenberg (à direita) manuseando um panfleto.



Fonte: História do mundo¹⁰.

Se por um lado a bíblia impressa ajudou a comunicar a palavra de deus de forma sistematizada para mais pessoas, por outro lado, essa invenção permitiu que o texto ganhasse novas interpretações e questionamentos diferentes, o que acabou iniciando um período de desestabilização da Igreja Católica. Mais tarde, essa crise culminaria com a Reforma Protestante que iniciou no século XVI, na Europa. Conforme Bornschein (2017), o Frade Agostiniano, Martinho Lutero, teve suas

¹⁰ Disponível em <<https://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/invencao-imprensa.htm>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

próprias interpretações das escrituras e criou 95 teses que combatiam o que era pregado dentro das Igrejas da época. Estas teses foram fixadas junto aos comunicados e avisos dos templos, para que todos pudessem ler, gerando assim um grande movimento contra e a favor daquilo que estava sendo proposto por ele. Ao não ter sido aceita pela Igreja Católica, a reforma abalou o relacionamento da Igreja com o povo, foi neste momento que a instituição passou por uma de suas grandes crises de imagem e comunicação.

Outro ponto que nos permite observar como a Igreja Católica foi estruturado a sua comunicação ocorre no início do século XX. Em 1936, o Papa Pio XI lançou a encíclica *Vigilanti Cura*, falando sobre os cuidados que deveriam ser tomados pela imprensa cinematográfica da época, mas também já colocando a consciência de que sim, o cinema era algo grandioso.

Em agosto de 1934, dirigindo-Nos, numa audiência, a uma deputação da Federação Internacional do Trabalho da Imprensa Cinematográfica, depois de ter mostrado a grande importância que esta espécie de espetáculo tomou em nossos dias, e sua influência tão intensa, quer para promover o bem, quer para insinuar o mal, lembrávamos que a todo custo se devia aplicar ao cinema, para que ele não injuriasse e desacreditasse a moral cristã, ou simplesmente a moral humana e natural, a regra suprema que deve reger e regulamentar o grande dom da arte. (VIGILANTI CURA, 1936. Vaticano)

A encíclica nos deixa claro a preocupação que o então Papa Pio XI tinha com os meios de comunicação da época e que existe um cuidado com o modo de fazer a comunicação, para que não atingisse os valores e preceitos cristãos. A encíclica *Miranda Prosus* foi o segundo documento do século XX lançado por um Papa sobre a comunicação. Nele, além do pontífice Pio XII exortar sobre o uso dos meios de comunicação, ele inicia um processo para estreitar os laços entre igreja e a comunicação social feita pelos meios de comunicação da época.

Foi somente com o papa Pio XII (1939-1958) que a Igreja aprofundou e ampliou suas reflexões sobre as relações sociais dentro de uma sociedade democrática e sobre o papel da informação na constituição da opinião. De fato, o tema da opinião pública foi abordado em muitas palestras de Pio XII aos profissionais da comunicação. Convencido pela influência dos meios de comunicação de massa e por seu grande significado, Pio XII escreveu a proeminente encíclica *Miranda Prosus* (segunda encíclica sobre a comunicação no séc. XX-1957), sobre comunicação, destacando o cinema, o rádio e a televisão. (PUNTEL, 2011, p.225).

Segundo alguns pesquisadores, no Papado de Pio XII é onde ocorrem as primeiras “boas-vindas” aos meios de comunicação, na encíclica *Mirando Prosus* o Papa diz que para realizarem tão alta finalidade, o cinema, a rádio e a televisão devem servir a verdade e o bem.

A partir do papa Pio XII, a Igreja começa aprofundar a temática da comunicação e intensifica sua insistência para a formação como meio eficaz para o exercício competente da comunicação. Sem excluir o uso dos meios eletrônicos, nos quais a Igreja reconhece a oportunidade de expandir a mensagem cristã, a preocupação no campo conceitual da comunicação vai explicitando-se. Ao reconhecer que a informação tem papel singularmente importante na formação da opinião pública, a Igreja refaz sua percepção conceitual da comunicação optando por um caminho que privilegie a formação e a competência. (SILVA, 2010, p.52).

Entre 1962 e 1965 ocorreu o Concílio Vaticano II, que tinha como objetivo modernizar a Igreja e atrair os cristãos afastados da religião, o papa João XXIII, idealizador do concílio, convidou bispos de todo o mundo para participar. Com duração de três anos, o Concílio Vaticano II, resultou em 16 documentos relevantes para a Igreja Católica e foi encerrado em 1965 pelo então Pontífice, Papa Paulo VI. Os meios de Comunicação Social estavam pautados neste concílio, foi neste encontro que foi definido muito do que se conhece por comunicação social da Igreja Católica atualmente.

A seu modo, segundo os critérios e cultura da época, bem como o grau de compreensão da Igreja em cada período, esta, de certa forma, sempre se interessou pela comunicação. A diferença está na maneira com que ela se ocupou da comunicação através dos séculos. A trajetória é longa, diversificada, lenta por vezes, recrudescida por outras. Encorajadora em determinadas situações. Audaz em circunstâncias particulares. (PUNTEL, 2011, p.222).

Podemos perceber na citação de Puntel (2011), que a comunicação sempre esteve presente na vida da Igreja e com o passar do tempo ela foi se transformando no que conhecemos hoje por comunicação da Igreja Católica, se fazendo presente de modo que atingisse efetivamente a vida dos fiéis. No concílio aqui citado, a Igreja aponta os meios de comunicação como "algo maravilhoso", ressaltando a sua importância deles para a vida da sociedade.

A partir do ano de 2000, o então Papa João Paulo II, na ocasião do 34º Dia Mundial das Comunicações, escreveu uma carta com o tema Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do Novo Milênio, nela ele explica da

necessidade da evangelização do modo tradicional da Igreja, mas também se voltar para um novo modo de efetivar a evangelização através dos meios de comunicação social.

Em 2012, o Papa Bento XVI, lançou a conta no *Twitter* @pontifex e abriu assim, nas redes sociais, um canal para o diálogo entre Igreja e Comunidade Católica. Segundo o arcebispo Claudio Maria Celli, presidente do Conselho Pontifical de Comunicações Sociais, a ideia do Papa era simples de “estar onde as pessoas estavam”. Suas publicações ocorriam frequentemente aos domingos.

Figura 10 – Papa Bento XVI publica seu primeiro *tweet*.



Fonte: Vatican News¹¹.

Em fevereiro de 2013, ao renunciar ao pontificado, o Papa Bento XVI realizou sua 38ª e última postagem na rede, que dizia “Obrigado por seu amor e seu apoio. Que vocês possam sentir sempre a alegria de colocar Cristo no centro de suas vidas”. Encerrando assim o seu Papado e tornando-se Papa Emérito.

Figura 11 – Captura de tela do último *tweet* de Bento XVI.



Fonte: A12 – Jovens de Maria.¹²

¹¹ Disponível em: <<https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2018-12/papa-francisco-tweet-bento.html>>. Acesso em: 23 mai. 2021.

¹² Disponível em: <<https://www.a12.com/jovensdemaria/artigos/comportamento/as-melhores-frases-do-papa-no-twitter>>. Acesso em: 23 mai. 2021.

Na Igreja Católica muitos são os personagens espalhados pelo mundo que utilizam do canal para poder evangelizar. No Brasil, podemos destacar o Padre Fábio de Melo, o Padre Marcelo Rossi e o Padre Alessandro Campos utilizam ou já utilizaram a plataforma *Twitter* para interagir com fiéis e simpatizantes de suas publicações. Os três interagem de modo diferente as redes.

Padre Fábio de Melo ingressou na plataforma em maio de 2009, possui 8,4 milhões de seguidores e cerca de 20 mil *tweets*, que variam desde interações com outros usuários do *Twitter*, a piadas, memes e frases de reflexão e motivação.

Figura 12 – Captura de tela Twitter Padre Fabio de Melo.



Fonte: Twitter @pefabiodemelo.¹³

Já o Padre Marcelo Rossi ingressou em abril de 2010, conta com 711,6 mil seguidores e cerca de quase 10 mil *tweets*, suas publicações são de divulgação de seu trabalho, devocional, de evangelização e reflexão, o que chama atenção no *Twitter* de Rossi é a utilização de muitos elementos, como vídeos, imagens, emojis, *links*, não seguindo um padrão de publicação e trazendo grande informações para a página.

¹³ Disponível em <<https://twitter.com/pefabiodemelo>>. Acesso em: 19 mai. 2021.

Figura 13 – Captura de tela Twitter Padre Marcelo Rossi.



Fonte: Twitter @pemarcelorossi.¹⁴

Já o Padre Alessandro Campos ingressou no Twitter em novembro de 2014, conta com 6,8 mil seguidores e cerca de 500 *tweets*, sua página na rede social não é atualizada desde 2016, porém o Padre é usuário frequente na plataforma Instagram, onde possui conta desde julho de 2018 e tem cerca de 1,2 milhões de seguidores.

Figura 14 – Captura de tela Twitter Padre Alessandro Campos.



Fonte: Twitter @padresertanejo.¹⁵

¹⁴ Disponível em <<https://twitter.com/pemarcelorossi>>. Acesso em: 19 mai. 2021.

O Papa Francisco ingressou no Twitter logo após tornar-se Papa em março de 2013, o *Twitter* @pontifex porém, existe desde 2012 e é traduzido para 9 idiomas, a conta @pontifex_pt, mais seguida pelos brasileiros, existe desde novembro de 2012, conta com 5 milhões de seguidores e mais de 3.100 *tweets*, a página é atualizada quase que diariamente e propõem reflexões sobre questões sociais do cotidiano, como, por exemplo: guerra e pobreza.

Figura 15 – Captura de tela Twitter Papa Francisco em português.



Fonte: Twitter @pontifex_pt.¹⁶

Chegamos ao final deste tópico e a partir do percurso traçado, foi possível perceber que a igreja católica sempre teve uma grande preocupação em comunicar a sua essência para a sociedade. Podemos apontar que a comunicação teve os seus desafios e continua tendo até hoje, mas é possível afirmar que a igreja sempre percebeu a potencialidade dos meios de comunicação para a disseminação da sua missão evangelizadora. No próximo tópico vamos falar sobre a ciberteologia e sobre as redes sociais, uma vez que o nosso objetivo principal nesta pesquisa é perceber como o Papa Francisco se apropria da rede social *Twitter* para dar conta do seu projeto de evangelização.

¹⁵ Disponível em <<https://twitter.com/padresertanejo>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

¹⁶ Disponível em <https://twitter.com/Pontifex_pt>. Acesso em: 30 mai. 2021.

3.2 CIBERTEOLOGIA E REDES SOCIAIS DIGITAIS

Para entender como a religião está se utilizando das redes sociais para escrever uma nova história entre Igreja e sociedade, é necessário que se compreenda primeiro, se a revolução digital de alguma forma interfere na fé. Nessa perspectiva um conceito que nos ajuda a compreender este processo de mediação da sociedade e a mediação da igreja é a Ciberteologia.

A Ciberteologia, segundo Spadaro (2012, p.45) “não é reflexão sociológica sobre a religiosidade na *internet*, mas é fruto da fé que emite de si própria um impulso cognitivo em um momento em que a lógica da rede marca a maneira de pensar, conhecer, comunicar, viver”. A partir deste ponto, ela torna-se importante para compreendermos este fenômeno que é a presença do Papa Francisco no *Twitter*.

As redes sociais não dão expressão a um conjunto de indivíduos, mas a um conjunto de relações entre indivíduos. O conceito-chave não é mais a ‘presença’ na internet, mas a ‘conexão’. A sociedade digital não é mais concebível e compreensível somente por intermédio dos conteúdos. Não há, em princípio, as coisas, mas as ‘pessoas’. Há acima de tudo as relações: a troca dos conteúdos que ocorre nos relacionamentos entre as pessoas. A base relacional do conhecimento na internet é radical. Dela derivam desafios e perspectivas interessantes para a Igreja. (SPADARO, 2012, p.45).

Os sites de redes sociais são “povoados” por pessoas, não trabalhando mais com as massas conjuncionais, mas sim com opiniões reunidas em conjuntos de indivíduos, onde religião também é apontada e discutida, pelos que integram as redes. Nessa trilha os sites de redes sociais são um espaço aberto colaborativo, onde podemos comunicar com pessoas próximas ou distantes, vender e comprar produtos, aprender sobre variados assuntos e até mesmo debater pontos de vistas. Um ambiente *online*, que faz parte do cotidiano da sociedade e que cada dia se transforma e torna-se de mais fácil acesso.

Segundo Recuero (2009, p.25) “redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões”. Para ela estas representações podem ser personalizadas através de um perfil no Facebook, por exemplo, mas já as conexões são partes que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais.

Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. Por conta disso, essas redes são estruturas diferenciadas. Ora, é apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas (RECUERO, 2009, p.25).

As redes sociais na internet podem atingir milhares de pessoas ao mesmo tempo, diferente da vida *offline*. Estar *online* nestas redes, ou seja, fazer parte delas, possibilita uma visibilidade muito maior, fazendo com que a mensagem transmitida através deste meio, seja ela qual for, chegue ao maior número de receptores possíveis.

“Redes”, “redes sociais”, “redes digitais”, “redes midiáticas”: tudo é “rede”. Com o desenvolvimento da internet e do ambiente digital, as pessoas, hoje, encontram novas formas de relação e de interação, sem fronteiras de espaço e sem limites de tempo. Não é novidade dizer que as últimas décadas foram marcadas por uma reviravolta comunicacional, uma verdadeira “revolução digital”. (SBARDELOTTO, 2017. p. 23).

Atualmente, as dez principais redes sociais na internet usadas no Brasil, segundo um relatório de outubro de 2020 produzido em parceria por *We Are Social* e *Hootsuite*, traduzido pelo blog Resultados Digitais¹⁷, confira a classificação abaixo:

- 1º: Facebook;
- 2º: WhatsApp;
- 3º: Youtube;
- 4º: Instagram;
- 5º Facebook Messenger;
- 6º LinkedIn;
- 7º Pinterest;
- 8º Twitter;
- 9º TikTok;
- 10º Snapchat.

O modo de transmitir a mensagem através destes canais se difere e ocorre de acordo com o sistema de cada plataforma. O Facebook, por exemplo, além de

¹⁷ Relatório disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 15 mai. 2021.

conectar pessoas, é uma rede social que permite compartilhar, de modo público ou privado, mensagens, fotos, vídeos, links, venda de produtos, oportunidades de emprego entre outras possibilidades.

Figura 16 – Captura de tela página inicial Facebook.



Fonte: Facebook.¹⁸

Já o WhatsApp é outra rede social voltada para o compartilhamento de mensagens instantâneas, de voz, ligações e vídeo chamadas de pessoas que já estão em sua agenda de contatos.

Figura 17 – Captura de tela WhatsApp.



Fonte: WhatsApp.¹⁹

¹⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos. As demais redes sociais citadas no relatório também possuem suas particularidades, algumas podendo ser até parecidas em suas funcionalidades.

Figura 18 – Captura de tela Youtube.



Fonte: Youtube.²⁰

Já o *Twitter*, que é a plataforma que hospeda nosso objeto de pesquisa, é considerado além de uma rede social, também um Micro Blog²¹, nele é possível escrever até 280 caracteres em uma mensagem referente ao “O que está acontecendo” e rapidamente ela estará disponível para todos os seus seguidores, essa mensagem é conhecida como *Tweet*”. No próprio site, a empresa diz ser “um serviço aberto que abriga um mundo de diversas pessoas, perspectivas, ideias e informações”. Ele foi criado nos Estados Unidos no ano de 2006, mas apenas em 2007 ganhou popularidade. No Brasil a plataforma chegou em 2008 e teve sua ascensão em 2009. Atualmente a plataforma possui mais de 350 milhões de usuários espalhados pelo mundo.

Chegamos ao final do terceiro capítulo deste trabalho de conclusão de curso que visa compreender como o Papa Francisco leva a cabo o seu projeto de evangelização por meio do *Twitter*. Nosso trajeto lançou um olhar histórico sobre a comunicação da Igreja Católica onde foi possível perceber como a Igreja foi se abrindo para as tecnologias comunicacionais. Por fim buscamos apoio no conceito de Ciberteologia e na compreensão do perfil de alguns expoentes na Igreja Católica no Brasil, que utilizam o *Twitter* para a evangelização. No próximo capítulo vamos apresentar a caracterização do nosso objeto, vamos explicitar os procedimentos metodológicos, o nosso corpus de pesquisa e a nossa análise.

²⁰ Disponível em: <youtube.com>. Acesso em: 30 mai. 2021.

²¹ Microblogue é uma forma de informação de blogue que permite aos usuários que façam atualizações breves de imagens e texto e publicá-las, para que sejam vistas publicamente ou apenas por um grupo restrito escolhido por si. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Microblogue> Acesso em: 17 mai. 2021.

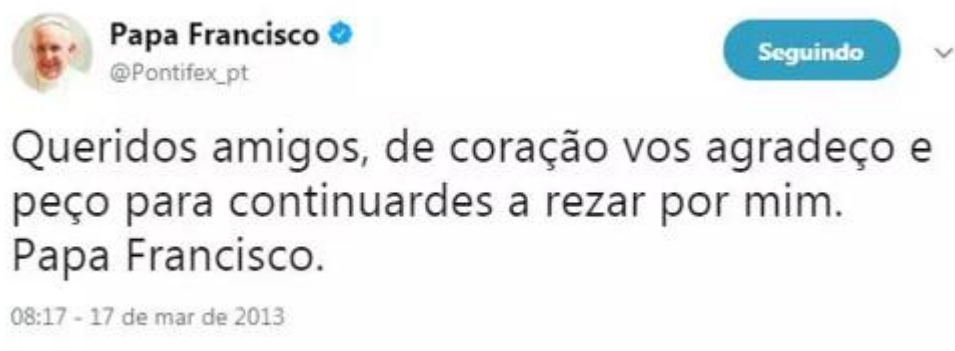
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, APRESENTAÇÃO DO CORPUS DE PESQUISA E ANÁLISE

Chegamos ao último capítulo deste trabalho de conclusão de curso que tem por objetivo compreender como o Papa Francisco da conta do seu projeto de evangelização por meio do *Twitter*. Nos capítulos anteriores trilhamos um percurso teórico, que nos permitiram entender o contexto no qual o nosso objeto de pesquisa está inserido. Neste capítulo vamos apresentar a caracterização do objeto de estudo, explicitar os nossos procedimentos metodológicos, além de elencar o nosso corpus de pesquisa e por última vamos apresentar também a nossa análise.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO

Como ressaltado anteriormente, o perfil do Papa Francisco na rede social *Twitter*, é o objeto desta pesquisa. Dando seguimento ao esforço de aproximação com os fiéis que Bento XVI iniciou, Francisco continuou usando a rede como espaço de comunhão e partilha com a sociedade. Seu primeiro tuíte foi no dia 17 de março de 2013, na mesma conta que seu antecessor utilizava: @pontifex, com a seguinte mensagem:

Figura 19 – Captura de tela do primeiro tweet do Papa Francisco.



Fonte: A12 – Jovens de Maria.²²

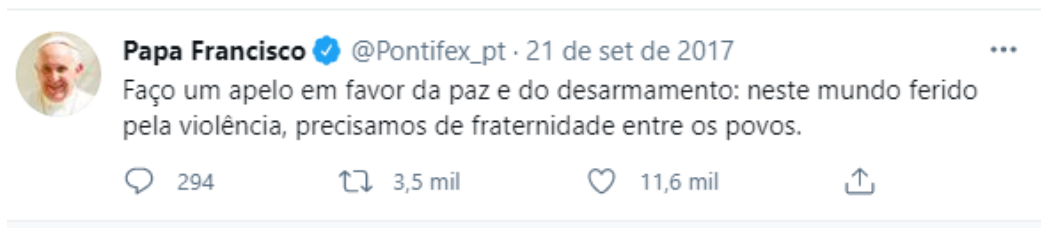
É neste espaço que o pontífice vem dando visibilidade e grande alcance para o seu projeto de evangelização. Em 2012, o Papa Bento XVI, lançou a conta no *Twitter* @pontifex e distribuiu 9 contas para traduzir a sua mensagem em 9 idiomas e

²² Disponível em: <<https://www.a12.com/jovensdemaria/artigos/comportamento/as-melhores-frases-do-papa-no-twitter>>. Acesso em: 23 mai. 2021.

abriu assim, nas redes sociais, um canal para o diálogo entre Igreja e Comunidade Católica do mundo inteiro. A conta @Pontifx_pt, que é utilizada para as postagens traduzidas para a língua portuguesa, possui o número de 3.103 *tweets*²³ e 5 milhões de seguidores, já a conta @Pontifex, conta com 3.267 *tweets*²⁴, é publicada no idioma Inglês e que atualmente conta com 18,8 milhões de seguidores.

Quanto ao estilo de postagem dos pontífices, elas são semelhantes: frases diretas e simples como o *Twitter* pede, porém, o Papa Francisco faz uso constante de *hashtags*, mídias, *links*, entre outras formas de publicações. “Ambos os Papas dedicaram 70% das postagens a quatro grandes temas: a dimensão mística da vida cristã; a contraposição da cultura do ter com a cultura do amor ao próximo; empenho e testemunho; e confiança, esperança e alegria” (BRESSANI, 2013), com podemos ver nos exemplos que seguem:

Figura 20 – Captura de tela tuíte do Papa em 2017.



Fonte: @Pontifex_pt.

Figura 21 – Captura de tela tuíte do Papa pedindo oração pelas vítimas do atentado ao semanário francês Charlie Hebdo.



Fonte: @Pontifex_pt.

As postagens de Francisco são quase que diárias e propõem uma reflexão sobre questões sociais, políticas do cotidiano, como, por exemplo: guerra, pobreza e a pandemia. Apesar de ter uma equipe de comunicação, o Papa Francisco é quem

²³ Dado atualizado em: 24/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt>. Acesso em: 24 mai. 2021.

²⁴ Dado atualizado em: 24/05/2021. Disponível em: <<https://twitter.com/Pontifex>>. Acesso em: 24 mai. 2021.

pauta²⁵ as mensagens, mas não as publicadas, tendo em vista que a linguagem é trabalhada de acordo com a dinâmica da plataforma, além de, como comentado anteriormente, ser publicada em 9 idiomas diferentes, confira alguns abaixo:

Figura 22 – Captura de tela da página seguindo twitter @Pontifex.



Fonte: Twitter @Pontifex.

Nos anos de 2014 e 2015 o Papa chegou a ser considerado líder mundial mais influente do Twitter, segundo a pesquisa *Twiplomacy*²⁶, que analisa o uso da rede social entre líderes mundiais. Em 2020 a mesma pesquisa apontou que o Papa Francisco é o terceiro líder mundial mais seguido no Twitter, contabilizando 50 milhões de seguidores, em suas 9 contas na rede social. O estudo também mostra que cada tuíte do Pontífice é retuitado em média 9,4 mil vezes, “com suas

²⁵ O Papa Bento XVI já escrevia os seus próprios tuítes. Hoje, o papa Francisco é quem escolhe os temas dos quais quer falar, e é quem escreve suas mensagens também. Ele só não publica os tuítes porque precisamos postá-lo em nove línguas diferentes. Disponível em <<https://epoca.globo.com/segundo-lider-mundial-mais-seguido-no-twitter-papa-escreve-seus-proprios-tuites-e-nunca-caiu-em-fake-news-23639402>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

²⁶ O estudo conhecido como Twiplomacy (jogo de palavras com Twitter e diplomacia), é realizado pela empresa Burson-Marsteller. TWIPLOMACY. Twiplomacy Study 2020. Disponível em: <<https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/>> Acesso em: 30 mai. 2021.

mensagens indo muito além de seus seguidores”. Feita a caracterização do nosso objeto, passaremos para os nossos procedimentos metodológicos.

4.2 ESTUDO DE CASO

Para realizar a análise dos dados coletados do objeto de pesquisa, os procedimentos metodológicos utilizados serão o Estudo de Caso, aliado a ferramenta de pesquisa da Descrição Tecnodiscursiva. Iniciando com o método de Estudo de Caso, podemos observar que “o método supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno adequadamente a partir da exploração intensa de um único caso”, conforme cita o autor Howard Becker (1999, p.117). Na presente pesquisa observamos o fenômeno da mediatização da religião, por meio de uma análise das publicações do Papa Francisco no Twitter.

Ainda segundo Howard Becker, o estudo de caso “[...]Prepara o investigador para lidar com descobertas inesperadas e, de fato, exige que ele reoriente seu estudo à luz de tais desenvolvimentos”. (1999, p.119) Sendo assim ele auxilia no desenvolvimento da pesquisa e conforme as observações podemos nos orientar quanto aos objetivos da mesma. Já o autor Yin (2005, p.32), o Estudo de Caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

Ainda conforme Becker (1999), através do estudo de caso podemos gerar análises de conteúdo com diversas técnicas específicas de coletas e análises de dados que iram propor uma reflexão acerca dos questionamentos teóricos do estudo.

A fase final de um estudo de caso consiste no refinamento progressivo destes modelos de partes (realizada pela verificação contínua em relação a evidências já disponíveis nas notas de campo ou recentemente coletadas no campo) e sua integração num modelo da organização ou comunidade como um todo. O modelo fornece respostas para as questões teóricas do estudo e demonstra a contribuição de cada parte da estrutura analisada para a explicação do fenômeno em questão. (BECKER, 1999, p. 127).

Além do Estudo de Caso (BECKER,1999 e YIN, 2005), os nossos procedimentos metodológicos são inspirados na ferramenta de pesquisa da descrição Tecnodiscursiva (FAUSTO NETO, 2008 e PEDROSO, 2015). Essa

ferramenta observa, tanto a dimensão técnica, quanto a dimensão discursiva dos produtos midiáticos. Os autores entendem que a partir do produto midiático pronto, se pode observar articuladamente estas dimensões, tentando perceber, a partir de uma descrição, quais são os sentidos imbricados nos elementos que foram utilizados para a produção de tais materiais.

Antes de apresentarmos o nosso corpus de pesquisa, acreditamos ser importante trazermos novamente, neste momento, os nossos objetivos, geral e os específicos, bem como a nossa pergunta de pesquisa para que fique ainda mais claro os nossos movimentos nesta pesquisa. O objetivo geral desta pesquisa é propor uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no micro blog *Twitter* espaço de onde vem dando visibilidade para o seu projeto de evangelização. Já os nossos objetivos específicos são:

A) Lançar um olhar sobre a midiatização da sociedade com foco na comunicação da igreja;

b) Compreender o potencial de funcionamento das redes sociais e em especial do *Microblog Twitter*.

c) Compreender as características da presença do Papa Francisco no Twitter, por meio da análise dos seus tuites.

Nessa perspectiva, a nossa pergunta de trabalho é "de que modo o Papa Francisco se apropria do *microblog Twitter* para dar visibilidade ao seu projeto de evangelização”?

4.3 CORPUS DE PESQUISA

Como comentado anteriormente, o *corpus* de pesquisa deste trabalho de conclusão é composto por publicações do *Twitter* do Papa Francisco. O recorte foi construído com *tweets* que foram divulgados entre março de 2019 e março de 2021. Para evitar o número excessivo de material optamos por selecionar três publicações por trimestre, o que totalizou 27 publicações. Esse recorte foi escolhido por nós em função do *Twitter* do Papa contar com 8 anos de publicações quase que diárias, inviabilizando assim uma análise total do material disponível no *microblog* do pontífice. Os acessos aos *tweets* do Papa se deram em parte por meio da plataforma *Twitter* e também através da plataforma Google, com o uso de palavras chaves que direcionavam a pesquisa para dentro do *Twitter* @pontifex_pt.

Entendemos que esse recorte vai nos permitir perceber como o Papa Francisco utiliza o Twitter para dar conta de seu processo de evangelização. Nos anexos encontram-se todos os materiais coletados, durante a análise vamos apresentar apenas os que entendermos serem os mais significativos.

4.4 ANÁLISE

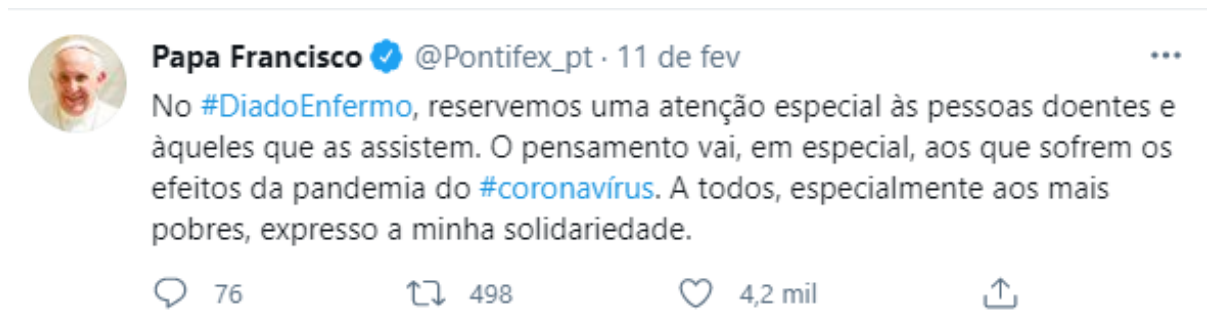
Antes de apresentar a análise deste trabalho de conclusão, entendemos ser importante apresentar a categorias por meio das quais vamos proceder o nosso trabalho analítico, são elas: a) *hashtag*, b) fotos e vídeos e, c) mensagens com citações bíblicas. Essas categorias surgiram a partir das nossas leituras e das nossas observações exploratórias dos materiais. A partir da descoberta de regularidade do nosso *corpus* de trabalho, chegamos a essas três categorias que entendemos tem potência para nos ajudar a responder como o Papa Francisco dá conta do seu projeto de evangelização por meio do *Twitter*.

A categoria *hashtag* nos permitirá analisar como o Papa através desta ferramenta interage com a sociedade sobre variados temas, inclusive no processo de evangelização. Já a partir da categoria foto e vídeo podemos perceber que o perfil utiliza muito deste meio para trazer variados debates sobre temas polêmicos, de cunho social e cultural, e, por fim, por meio da categoria mensagens com citações bíblicas podemos compreender como o Papa através desses *tweets* da visibilidade ao seu projeto de evangelização.

4.4.1 *Hashtags*

Por funcionar como uma espécie de palavra-chave, quase todas as 27 publicações trouxeram diferentes *hashtags*. Elas sempre faziam referências a uma questão de cunho social, meditação de leitura bíblica, oração, ou seja, por meio das *hashtags* o Papa convoca chama atenção da sociedade e dos fiéis sobre os mais variados temas, como podemos observar a seguir:

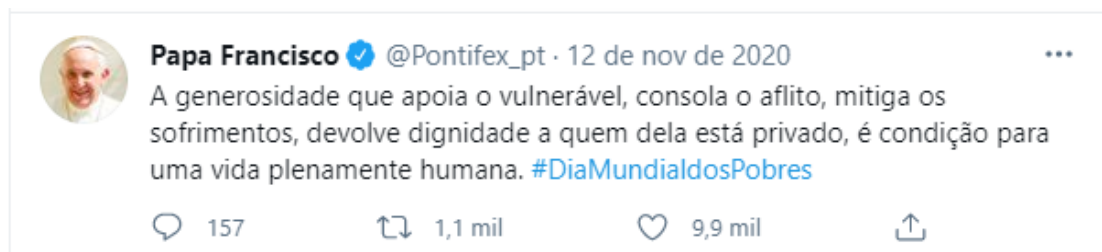
Figura 23 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt, 2021.²⁷

Neste primeiro *tweet* podemos observar que o Papa Francisco traz uma reflexão sobre uma data comemorativa, o dia do enfermo, dentro deste contexto o Pontífice faz uma menção a pandemia do Coronavírus, mas também relembra da necessidade de olhar para os mais pobres, trazendo em meio a uma publicação cotidiana a reflexão da real situação que é vivenciada pelo mundo no momento que envia a mensagem para a Rede.

Figura 24 – Captura de tela Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt, 2020.²⁸

Nesta publicação de novembro de 2020, o Papa retoma novamente um tema muito discutido durante o seu pontificado: a pobreza. Francisco fala sobre isto muitas vezes durante as suas mensagens e é uma das suas principais bandeiras defendidas. Segundo ele, a escolha de seu nome²⁹ como Papa Francisco é uma referência a São Francisco de Assis, homem que dedicou sua vida aos pobres.

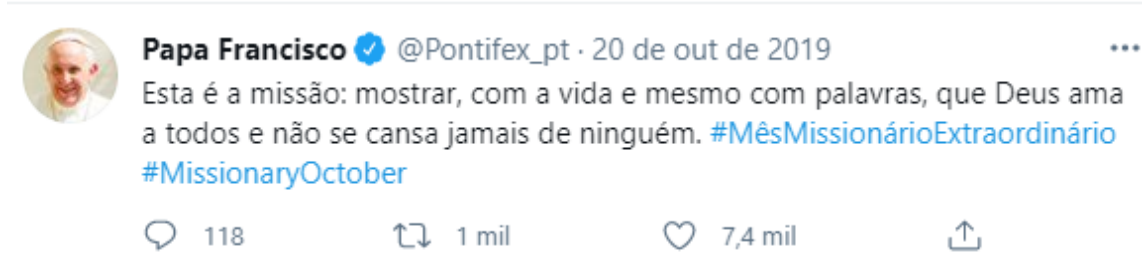
²⁷ Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt/status/1359842120660623360>. Acesso em: 22 mai. 2021.

²⁸ Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt/status/1326864823443918849>. Acesso em: 10 mai. 2021.

²⁹ Segundo o próprio, uma referência a Francisco de Assis fazendo referência à "sua simplicidade e dedicação aos pobres" e motivado pela frase dita por Dom Cláudio Hummes, arcebispo emérito de São Paulo, logo após sua eleição, ainda na Capela Sistina: "Não esqueça dos pobres". Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Papa_Francisco>. Acesso em: 31 mai. 2021.

Podemos perceber que o Papa utiliza da sua alta posição na sociedade para dar voz aos que não podem ser escutados, trazendo assim a pauta da pobreza para discussão em sociedade.

Figura 25 – Captura de tela Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex, 2019.³⁰

Neste *tweet* de 2019 o Papa Francisco traz ao mundo um tema de data comemorativa e através desta data, chama os seus seguidores para uma vida de missão através da palavra de Deus. Usando de uma data e uma *hashtag* que estava sendo utilizada para evangelizar.

Nesta categoria *hashtag* percebemos como o Papa Francisco busca discutir temas e fazer reflexões que possam impactar na vida da sociedade. Ele utiliza do seu posicionamento e de sua autoridade para opinar e refletir, de maneira direta, mas na grande maioria das publicações de modo gentil e suave, falando sobre temas que estão em discussão no momento/dia da postagem, identificando-os com *hashtag* para que os interessados pelo tópico sejam alcançados.

4.4.2 Fotos e Vídeo

Percebemos ao longo da análise que o Papa Francisco utiliza, *tweets* com fotos e com vídeos com o objetivo de comunicar de forma mais efetiva os milhares de seguidores espalhados pelo mundo. Por meio dessas mídias, ele divide as suas reflexões e também, a compartilha a sua visão sobre temas polêmicos, mensagens motivacionais, bíblicas e informativas. Vejamos o exemplo a seguir:

³⁰ Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt/status/1326864823443918849>. Acesso em: 10 mai. 2021.

Figura 26 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt, 2019.³¹

Neste vídeo de 59 segundos, o Papa Francisco faz uma reflexão acerca das vítimas de tráfico humano, da prostituição e da violência, ele não só condena a prática, como também chama os fiéis a rezarem pelo acolhimento as vítimas desta situação, mais uma vez usando sua autoridade e posição para debater um tema de forma mais reflexiva, sem grandes polêmicas em suas palavras, ainda que seja incisivo. O enquadramento em plano médio o deixa mais perto dos seguidores.

³¹ Disponível em < https://twitter.com/Pontifex_pt/status/1093476230790295553>. Acesso em: 25 abr. 2021.

Figura 27 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt, 2019.

Nesta publicação o Papa faz uma importante reflexão sobre a vida humana, há também além da imagem um link que encaminha para uma reportagem sobre os refugiados de países que estão em guerra. Mas vamos nos atentar a imagem, que ilustra muito mais do que a legenda transmite. Nela, aparecem dois jovens refugiados que não estão sendo citados no texto, estão junto à cruz que “veste” um colete salva-vidas, uma ironia, tendo em vista que para os Cristãos Católicos a Cruz já representa salvação, então no texto, o Papa exorta que é compromisso de todos salvar a vida do próximo e que isso será cobrado por Deus. Além de utilizar de sua posição para trazer um debate sobre o tema, o Papa usa do tema para trabalhar a evangelização, não de um modo tão carismático como costuma ser suas publicações, mas de modo mais incisivo.

Figura 28 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt.

A imagem que rodou o mundo e pautou diversos meios de comunicação, no ano de 2020, do Papa Francisco na praça de São Pedro vazia devido à pandemia do Coronavírus. A publicação traz consigo uma legenda com tom consolador, já a imagem quase que melancólica envia ao mundo a mensagem da necessidade do distanciamento social, do isolamento, mas também da fé e oração.

Figura 29 – Captura de tela do Twitter Papa Francisco.



Fonte: @Pontifex_pt³²

Neste vídeo de 1min26s o Papa Francisco traz uma reflexão sobre um dos Sacramentos da Igreja Católica: a reconciliação. Ele explica sobre a importância do católico se confessar e trabalha no vídeo, um conteúdo totalmente de evangelização, conversando com seus fiéis sobre a importância de praticar a fé

³² Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt/status/1366776561282674689>. Acesso em: 31 mai. 2021.

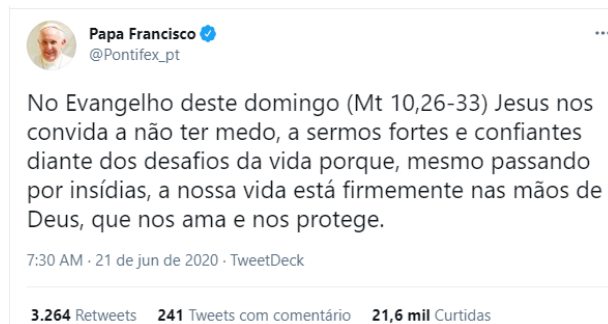
conforme a religião ensina. De modo geral, a publicação é para os católicos que vivem uma fé e compreendem os sacramentos, mas também serve como um chamado aos que estão afastados.

A partir do que foi exposto, na categoria das Fotos e Vídeo, percebemos que a força das imagens ajuda no trabalho de evangelização uma vez que complementam a mensagem do Papa, o mesmo ocorre nos vídeos nos quais a própria fala do pontífice é apresentada, reforçando o seu testemunho de fé.

4.4.3 Citações Bíblicas

Já a categoria de Citações Bíblicas está fazendo referência aos evangelhos. Porém, o evangelista que mais aparece nas citações do nosso recorte é Mateus. Nestas publicações o Papa faz uma reflexão trazendo o evangelho como um convite ou exemplo de como seria viver a palavra no cotidiano. Sempre trazendo o tema da leitura para a vida da sociedade, às vezes em tom mais motivacional ou de modo a uma reflexão sobre o que está acontecendo na vida da sociedade.

Figura 30 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.

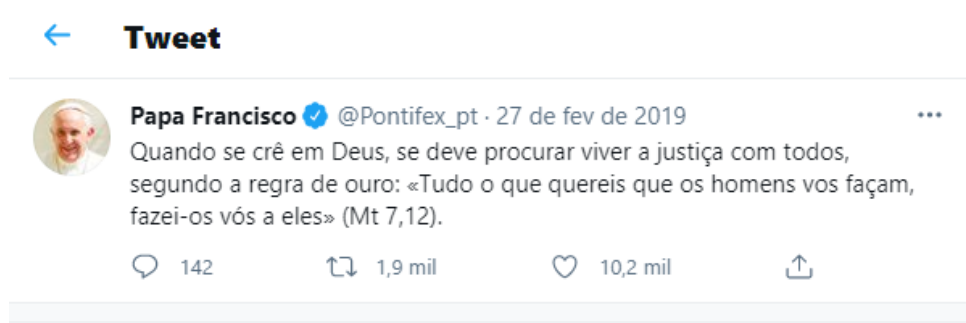


Fonte: @pontifex_pt, 2020.³³

Neste *tweet* o Papa utiliza novamente o Evangelho de São Mateus para motivar o povo a seguir em frente nas batalhas diárias. Não há tom condenatório, mas há uma mensagem de ânimo e de perseverança ao povo que sofre com a vida cotidiana.

³³ Disponível em: <https://twitter.com/pontifex_pt/status/1274650771280113665>. Acesso em: 27 mai. 2021.

Figura 31 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt

Nesta mensagem acima o Papa também traz uma reflexão do Evangelho de Mateus, neste *tweet* o Pontífice fala sobre a justiça e de como, segundo o Evangelho, ela deve ser. Ele usou de sua posição para trazer uma reflexão sobre algo que muitas vezes falha na sociedade, além disso, baseia suas palavras nas escrituras bíblicas, para trazer para sociedade uma discussão relevante e, também, para sensibilizar cada seguidor sobre um modo de viver mais justo.

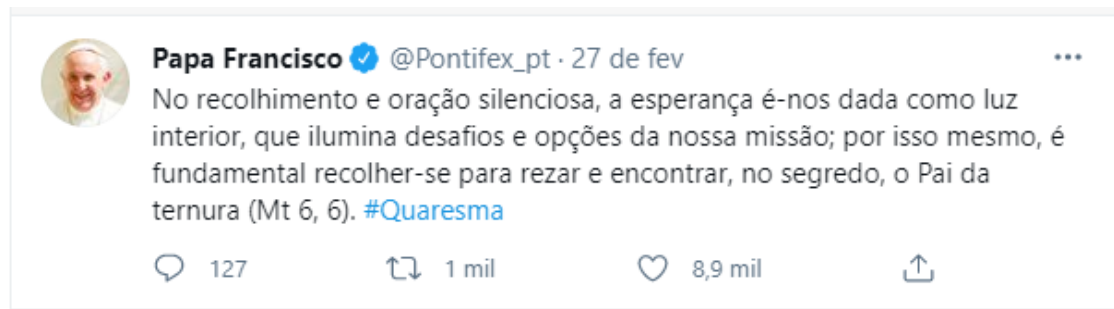
Figura 32 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt

Durante sua viagem apostólica à Moçambique, o Papa faz uma reflexão sobre como devemos viver em sociedade. Na publicação trazendo o Evangelho de Lucas, ele fala sobre dar ao outro aquilo que gostaria de receber, também exorta sobre amor e caridade.

Figura 33 – Captura de tela do Twitter do Papa Francisco.



Fonte: @pontifex_pt.

Durante a quaresma, que é tempo de jejum e conversão para os Cristãos católicos, o Papa fala em seu *Twitter* sobre a necessidade da oração, do olhar interior, para que possa assim ter esclarecimentos sobre a missão que é dada a todos. Mais uma vez, com base no livro de Mateus, ele discorre seu texto. Um chamado para que os seguidores vivam o momento da quaresma, assim como a Igreja pede.

A categoria das Citações Bíblicas nos mostra um Papa mais reflexivo, com palavras de ternura, esperança e fé. Ali ele conversa com fiéis e seguidores, criando uma catequese on-line sobre diversos temas, baseados nas escrituras sagradas. Podemos ver a evangelização através do *Twitter* ocorrer nesta categoria, de forma direta, mas sem agressividade ou obrigação de aceite da parte receptora. Uma evangelização de modo suave, simples e direta, que convida o leitor a entender o que está sendo dito, mas não o obriga a viver aquilo.

4.5 CONCLUSÃO DA ANÁLISE

A partir da análise realizadas nos *tweets* que compõe o nosso *corpus* de pesquisa, sendo este o *Twitter* do Papa Francisco, foi possível identificar os posicionamentos do papa na rede social através da análise dos eixos *hashtag*, fotos e vídeos, e mensagens com citações bíblicas. Essas categorias nos aproximaram do trabalho evangelizados do Papa no *Twitter*.

Na categoria *hashtag*, podemos observar como o Papa utiliza desta ferramenta para debater e refletir sobre variados temas que estão sendo pautados no *Twitter* e no mundo. Podemos perceber que para utilizar de sua posição ao falar de assunto, que em sua maioria carregam algum tipo de polêmica, o Papa não é o acusador, mas sim aquele que convida a reflexão e mudança de postura frente as

mais variadas situações. Poucas vezes a evangelização nesta categoria se dá por palavras duras, mas na maioria do tempo o Papa tem cuidado e polimento ao escolher aquilo que será dito, evitando produzir um impacto negativo de suas colocações. O uso das *hashtags*, permite que o tema abordado seja facilmente pesquisado.

Já na categoria *Fotos e vídeos*, percebemos um Papa com posicionamento firme às suas ideologias, trazendo um tipo de Evangelização mais agressiva, falando diretamente com o receptor. Mesmo com o seu conhecido carisma, o Papa de modo calmo nos vídeos aborda assuntos polêmicos, fala sobre a vida cristã e seus preceitos e conduz a quem está a outro lado da tela a uma reflexão sobre como deve ser a vida através daquilo que a Igreja prega. Já nas imagens, há um cuidado para que elas gerem um impacto a quem as vê, sempre muito bem trabalhadas, acompanham de um texto de apoio que levem aos seus leitores um impacto de sentido sobre o que está sendo visto.

Já por meio da categoria das Citações Bíblicas, percebemos um Papa mais reflexivo, é nesta categoria onde mais percebemos que a evangelização ocorre diretamente, mas não tornando algo de difícil compreensão ou até mesmo como imposição, o autor sempre utiliza palavras de ternura, esperança e fé para alcançar os seguidores e passar a mensagem.

Em suma, a operacionalização das categorias foi efetiva para constatar como o processo de midiatização da Religião Católica vem ocorrendo através do Twitter do Papa Francisco. Além disto, foi possível perceber como o Pontífice vem usando de seu posicionamento e autoridade para usar a rede social como meio de evangelização das massas. Portanto, concluímos, que o Twitter do Papa Francisco, através dos tuítes analisados, apresenta uma evangelização direta, contribuindo para o diálogo, enriquecimento e construção da vida em sociedade, mas não é um espaço de interatividade, já que o meio é utilizado somente como transmissor da mensagem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao final deste trabalho de conclusão de curso que teve por objetivo de pesquisa propor uma reflexão sobre a midiatização da Igreja Católica, por meio da presença do Papa Francisco no *microblog Twitter* espaço de onde vem dando visibilidade para o seu projeto de evangelização. Podemos observar, por meio das nossas categorias de análise, como o Papa Francisco vem trabalhando o seu processo de evangelização por meio desta ferramenta digital.

Na categoria de *Hashtag* percebemos que a evangelização se dá através do posicionamento do Papa sobre temas atuais que são debatidos dentro e fora da plataforma. O Papa utiliza essa ferramenta, para ter sua mensagem direcionada aos seguidores interessados pelo assunto pautado. Já categoria Fotos e Vídeos, podemos notar que o Papa traz um posicionamento firme, falando direta e abertamente com os seguidores. Ele utiliza das ferramentas como o vídeo para narrar situações polêmicas, propor reflexões ou simplesmente falar sobre temas focados na Igreja, trabalhando a evangelização em forma de catequese. Já as fotos possuem um visível cuidado para que gerem um impacto, sempre buscando unir imagem e texto de apoio para levar a uma reflexão maior sobre o que está sendo apresentado. E, por fim, na categoria de Citações Bíblicas percebemos um Papa mais reflexivo, com palavras de ternura, esperança e fé, sempre baseado em textos bíblicos que podem ser utilizados como base para a vida cotidiana da sociedade. Às vezes a evangelização se dá em tom mais motivacional, outras vezes, por uma reflexão acerca de algum tema específico, mas sempre tentando mostrar que a palavra bíblica pode estar presente na vida de todos.

Desta forma, a partir do que foi exposto e a partir do emprego das categorias de análise, podemos apontar que elas tiveram potencial para nos ajudar a responder aos nossos questionamentos. Por meio do nosso esforço de pesquisa foi possível lançar um olhar sobre a midiatização da sociedade com foco na comunicação da Igreja Católica, que cada vez mais, aposta na comunicação digital por meio das redes sociais e de plataformas como o *Twitter* para acessar os fiéis que já estão situados no ambiente digital.

O estudo de caso e a Descrição Tecnodiscursiva enquanto procedimentos metodológicos se mostraram frutíferos para os nossos objetivos de pesquisa. Em um primeiro momento, nos apropriamos do método do Estudo de Caso, o qual nos deu

a oportunidade de criar modelos de análise, como as categorias, que nos deram as respostas das questões apontadas neste trabalho. Inspirados na ferramenta de pesquisa da Descrição Tecnodiscursiva, conseguimos analisar o *Twitter* do Papa Francisco e compreender de que modo o Papa Francisco se apropria do *microblog Twitter* para dar visibilidade ao seu projeto de evangelização. O nosso *corpus* de pesquisa contou com um recorte de 27 *tweets* do Papa Francisco entre 2019 e 2021, também se mostrou adequado para o nosso trabalho, mas em uma pesquisa futura poderíamos aumentar a abrangência das publicações e também seu espaço de tempo.

Acreditamos que os percursos teóricos também foram muito importantes para a nossa trajetória nesta pesquisa. No capítulo três elencamos brevemente alguns aspectos históricos que nos permitam perceber como foi se estruturando a comunicação da Igreja Católica, desde a questão da fundação do cristianismo, passando pela impressão da Bíblia de Gutemberg, pela abertura da Igreja inicial para o cinema na década de 1930 e, também meios de comunicação na década de 1960, até chegar na segunda década do século XXI e adentrar as redes sociais. Acontecimentos que, podemos perceber ao longo da pesquisa, impactaram o modo de interação entre Igreja e sociedade ao longo dos anos. Também podemos aprender um pouco sobre *Ciberteologia*, que é um conceito que nos ajuda a compreender este processo de midiatização da Igreja. Além de conhecer alguns personagens católicos brasileiros que utilizam as redes sociais como ferramenta no processo de evangelização.

Já no capítulo dois nos debruçamos sobre o conceito de midiatização da sociedade e finalizamos a nossa discussão abordando a temática da midiatização da religião. Nele podemos perceber, através dos autores estudados, como o processo de midiatização transformou e vem transformando as práticas comunicacionais em diversos âmbitos, sejam as relações sociais ou o trabalho da própria mídia. Entendemos também que a mídia já é parte do cotidiano religioso, e é através dela com a compreensão das práticas religiosas, que a Igreja consegue atingir seus fiéis, porém, através das novas mídias, pode enfim não ficar só no discurso dos braços da velha Igreja, mas sim, passam a dialogar com os fiéis que já estão situados no ambiente digital, como comentado anteriormente.

Após percorrer este caminho de pesquisa e reflexões, podemos perceber que a comunicação está presente na Igreja Católica desde seus primórdios, sendo a

base de uma evangelização efetiva. Com o tempo a comunicação foi transformando-se, com a evolução tornou-se midiaticizada expandindo a sua pregação para o ambiente digital. Percebemos também que não foi um processo fácil e nem tão bem aceito inicialmente, mas com o tempo e a necessidade de estar em todos os lugares, tal qual manda o evangelho, a Igreja teve que se render aos processos de midiaticização de cada época, atualizando-se conforme os meios que iam surgindo e se fazendo presente neles, até a chegada das redes sociais, mais precisamente o *Twitter* que foi nosso objeto de pesquisa.

Particularmente, como uma jornalista em formação, observo a importância de um acadêmico de jornalismo estudar a midiaticização da sociedade, pois o profissional do jornalismo estará sempre trabalhando com diferentes mídias, cada mídia tem uma forma de se enunciar na sociedade, tanto as mídias tradicionais, como as novas mídias são impactadas pelo processo de midiaticização. Então, quanto mais o jornalista estiver familiarizado com os discursos que são derivados a partir do uso de todas as mídias nesse contexto, melhor ele vai trabalhar em prol da comunicação. mas é preciso entender que a geração dos discursos na sociedade, em função da própria midiaticização e dos avanços tecnológicos, está cada vez mais pulverizado, com novos agentes o que acaba complexificando a sociedade, o que exige uma leitura crítica do trabalho da mídia, e também, dos discursos gerados por outros interlocutores.

Por fim, a experiência de construir este trabalho de conclusão foi de grande valia para a minha vida, em alguns momentos pensei que não conseguiria finalizá-lo, mais ao longo do processo percebi que este poderia ser o início de uma pesquisa futura, já estou flertando com a possibilidade de um mestrado, para dar seguimento aos estudos desta pesquisa. Encerro essa longa experiência com grandes aprendizados e com a confirmação de que fiz a melhor escolha para minha vida profissional sendo uma jornalista por formação. Ainda mais agora vivendo em um mundo cada vez mais midiaticizado, o que dá um vasto leque de opções para os profissionais que escolheram o jornalismo.

REFERÊNCIAS

BECKER, Howard S. **MÉTODOS DE PESQUISAS EM CIÊNCIAS SOCIAIS**. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BORNSCHEIN, Fred Roland. A hermenêutica de Lutero. **DOCPLAYER**, 2017. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/79478679-A-hermeneutica-de-lutero.html>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

BRESSANI, Valdecir. O Papa no Twitter e os desafios da atuação da Igreja Católica junto às Redes sociais digitais. In: **VII Simpósio Nacional ABCiber – 2013**. Disponível em:<<http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo7RedesSociaisnaInterne eSociabilidadeonline/25580arq77311230900.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

CANÇÃO NOVA TV. Cachoeira Paulista, onde tudo começou na TV Canção Nova. 26/11/2014. Disponível em: <<https://tv.cancaonova.com/especiais/cachoeira-paulista-onde-tudo-comecou-na-tv-cancao-nova/>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

CARRANZA, Brenda; MARIZ, C.; Camurça, M. **Novas linguagens no catolicismo**. Aparecida, Idéias e Letras (no prelo), 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. A Igreja Doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades. São Leopoldo: **Cadernos IHU**, ano 2, n.7, 2004.

_____. Midiatização: prática social – prática de sentido. In: SEMINÁRIO MEDIATIZAÇÃO, 2005, Bogotá.

_____. **MIDIATIZAÇÃO PRÁTICA SOCIAL, PRÁTICA DE SENTIDO. IN: ENCONTRO DA REDE PROSUL - COMUNICAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS**,2006. São Leopoldo. Anais [...] São Leopoldo: Unisinos/PPGCC, 2006.

_____. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38194/40938/>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

GASPARETTO, P. R. **MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO**. São Paulo: Paulinas, 2011.

GOMES, Pedro G. MIDIATIZAÇÃO: UM CONCEITO, MÚLTIPLAS VOZES. **Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai., pp. 1-20, 2016. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

HJARVARD, Stig. Mídia: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n.1, 21-44, jan/jun. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>>. Acesso em: 20 março 2018.

HOERLLE, Elisa. Indústria cultural e gratuidade na mediação do campo evangélico. 2013. 105f. Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2013.

NAWROSKI, André Felipe. As tecnologias da informação e a mediação do reino de Deus. **CONGRESSO INTERNACIONAL DA FACULDADES EST, 2**. São Leopoldo: 2014.

PEDROSO, Daniel Silva. Interações entre a televisão e o telespectador na sociedade em vias de mediação: um estudo de caso do quadro a Empregada mais cheia de charme do Brasil do programa Fantástico. 2015. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

PUNTEL, Joana. **A IGREJA A CAMINHO NA COMUNICAÇÃO. Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2 p. 221-242, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/9755/6685>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. A mídia e o sagrado. **Ciberteologia - Revista de Teologia & Cultura**. São Paulo: Paulinas, 2006.

ROSA, J. P.; SEVERO, K. S.; BORELLI, V. In: BORELLI, V. (Org). **MÍDIA E RELIGIÃO**. Rio de Janeiro: **E-Papers**, 2010.

SEM AUTOR. **Papa Bento XVI mergulha nas redes sociais**. Olhar Digital UOL. Disponível em <<http://h.olhardigital.uol.com.br/noticia/papa-bento-xvi-mergulha-nas-redes-sociais/8236>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

SEM AUTOR. **PROCESSO DE MEDIATIZAÇÃO: DA SOCIEDADE À IGREJA**. REVISTA IHU ON-LINE. 18/10/2007. ENTREVISTA ESPECIAL COM PEDRO GILBERTO GOMES. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/10141->

processo-de-midiatizacao-da-sociedade-a-igreja-entrevista-especial-com-pedro-gilberto-gomes>. Acesso em: 25 abr. 2016.

SEM AUTOR. **Primeiro papa a usar o twitter mantém silêncio sobre renúncia.** 18/02/2013. Folha de São Paulo. DA REUTERS. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/02/1232570-primeiro-papa-a-usar-o-twitter-mantem-silencio-sobre-renuncia.shtml>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

SBARDELLOTO, Moisés. O LEIGO-AMADOR NO CONTEXTO DA MUDIATIZAÇÃO: uma análise da circulação do “religioso” na internet. **XXIII Encontro Anual da Compós Universidade Federal do Pará.** Pará: Compós, 2014.

_____. **E o Verbo se fez rede:** religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SGORLA, Fabiane. DISCUTINDO O “PROCESSO DE MUDIATIZAÇÃO. **Mediação**, v. 9, n. 8, jan./ jun, 2009. Disponível em: < <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/285>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

SILVA, Fábio Gleiser Vieira. A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Mudiatizada: Formação e Competência. 2010, 197f. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.

SILVA, Leonardo WERNER. Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA. Folha online. 18/08/2001. Cotidiano. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

SOUSA, Thamiris Magalhães de. Igreja Católica no mundo digital: as tensões entre discurso e prática da Igreja na era da internet e as redes de relacionamento do Círio de Nazaré, em Belém do Pará, como fenômeno de midiatização. 2013. 188f. Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2013.

SPADARO, Antonio. **Ciberteologia:** pensar o cristianismo nos tempos da rede. Tradução Cacilda Rainho Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2012.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: **Revista Diálogos de la Comunicación**, n.48, Lima: Felafacs,1997.

VI, Papa Paulo. **DECRETO INTER MIRIFICA SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.** 1966. Disponível em: <http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html>. Acesso em: 15 nov. 2016.

XI, Papa Pio. **CARTA ENCÍCLICA VIGILANTI CURA.** 1936. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/pius-xi/pt/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura.html>. Acesso em: 15 nov. 2016.

XII, Papa Pio. **CARTA ENCÍCLICA MIRANDA PRORSUS.** 1957. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html>. Acesso em: 16 nov. 2016.

YIN, Robert K. **ESTUDO DE CASO: PLANEJAMENTO E MÉTODOS.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXO A – CAPTURA DE TELA DO TWITTER @PONTIFEX_PT ANALISADOS

Papa Francisco @Pontifex_pt · 5 de fev de 2019

São Francisco lembra que o cristão parte armado apenas com a sua fé humilde e o seu amor concreto. Se vivermos no mundo à maneira de Deus, nos tornaremos canais da sua presença. [#UAE](#) [#ApostolicJourney](#)

125 1,2 mil 7,5 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 28 de jun de 2019

Jesus olha para nós, nos ama e nos espera. Ele é todo coração e toda misericórdia. Vamos com confiança a Jesus, Ele nos perdoa sempre. [#SacroCuoreDiGesù](#)

130 1,3 mil 9,5 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 20 de out de 2019

Esta é a missão: mostrar, com a vida e mesmo com palavras, que Deus ama a todos e não se cansa jamais de ninguém. [#MêsMissionárioExtraordinário](#) [#MissionaryOctober](#)

118 1 mil 7,4 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 5 de set de 2019

Ninguém é menor do que um sacerdote deixado às suas próprias forças; por isso a nossa oração é a oração da nossa Mãe: eu sou sacerdote, porque Ele olhou com bondade para a minha pequenez (cf. Lc 1, 48). [#ViagemApostólica](#) [#Moçambique](#)

70 528 4,6 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 4 de jul de 2020

Em alguns lugares, estão sendo desenvolvidas [#cooperativas](#) para a exploração de energias renováveis que permitem o auto-abastecimento local. Elas podem fazer a diferença na luta contra as mudanças climáticas, graças a um forte sentido de comunidade e ao amor pela própria terra.

116 1 mil 9,4 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 24 de jun de 2020

A [#oração](#) nasce da convicção de que a vida não é algo que passa despercebido, mas um mistério extraordinário que provoca em nós a poesia, a música, a gratidão, o louvor, ou a lamentação, a súplica. [#AudiênciaGeral](#)

93 1 mil 8,4 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 27 de mar de 2020

[#RezemosJuntos](#) pelas tantas pessoas que se preocupam com os outros - famílias que não têm o suficiente para comer, idosos solitários, doentes no hospital - e rezam e procuram fazer com que chegue alguma ajuda. Agradecemos a Deus por suscitar estes sentimentos nos corações.

154 2,1 mil 15,4 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 12 de nov de 2020


A generosidade que apoia o vulnerável, consola o aflito, mitiga os sofrimentos, devolve dignidade a quem dela está privado, é condição para uma vida plenamente humana. [#DiaMundialdosPobres](#)

157 1,1 mil 9,9 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 11 de fev

No [#DiadoEnfermo](#), reservemos uma atenção especial às pessoas doentes e àqueles que as assistem. O pensamento vai, em especial, aos que sofrem os efeitos da pandemia do [#coronavírus](#). A todos, especialmente aos mais pobres, expresso a minha solidariedade.

76 498 4,2 mil

-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 22 de dez de 2019 ...
O [#EvangelhodeHoje](#) (Mt 1,18-24) nos guia para o Natal por meio da experiência de José. Que seu exemplo nos ajude a colocarmo-nos à escuta de Jesus que vem e que pede para ser acolhido em nossos projetos e escolhas.
71 757 5,2 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 27 de fev de 2019 ...
Quando se crê em Deus, se deve procurar viver a justiça com todos, segundo a regra de ouro: «Tudo o que quereis que os homens vos façam, fazei-os vós a eles» (Mt 7,12).
142 1,9 mil 10,2 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 11 de jun de 2019 ...
De graça recebestes, de graça deveis dar, para que as graças de Deus possam chegar ao coração de todos. [#SantaMarta](#)
157 1,7 mil 11,3 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 6 de set de 2019 ...
Jesus propõe uma primeira regra de ouro ao alcance de todos: "Assim como desejais que os outros - vos tratem, tratai-os do mesmo modo" (Lc 6, 31); e ajuda-nos a descobrir o que é mais importante: amar-nos e ajudar-nos. [#ViagemApostólica](#) [#Moçambique](#)
125 1,7 mil 9,3 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 10 de dez de 2020 ...
Cada um é chamado a contribuir com coragem e determinação ao respeito dos [#DireitosHumanos](#) fundamentais de cada pessoa, especialmente daquelas "invisíveis": de quem tem fome e sede, quem está nu, doente, estrangeiro ou detido (Mt 25,35-36).
136 938 8,1 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 5 de jul de 2020 ...
No [#EvangelhodeHoje](#) (Mt 11,25-30), Jesus louva o Pai, porque escondeu os segredos de seu Reino "aos sábios e entendidos" e os revelou aos "pequenos", isto é, àqueles que sentem necessidade d'Ele e esperam tudo d'Ele.
129 1,1 mil 10,2 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt ...
No Evangelho deste domingo (Mt 10,26-33) Jesus nos convida a não ter medo, a sermos fortes e confiantes diante dos desafios da vida porque, mesmo passando por insídias, a nossa vida está firmemente nas mãos de Deus, que nos ama e nos protege.
7:30 AM · 21 de jun de 2020 · TweetDeck
3.264 Retweets 241 Tweets com comentário 21,6 mil Curtidas
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 22 de mar de 2020 ...
Na presença de Jesus emergem os verdadeiros sentimentos do coração. Leiamos hoje o [#EvangelhoDoDia](#) (Jo 9, 1-41), para entender bem o que acontece quando Jesus passa. [#Homilia](#) SantaMarta
35 398 3,8 mil
-
-  **Papa Francisco**  @Pontifex_pt · 27 de fev ...
No recolhimento e oração silenciosa, a esperança é-nos dada como luz interior, que ilumina desafios e opções da nossa missão; por isso mesmo, é fundamental recolher-se para rezar e encontrar, no segredo, o Pai da ternura (Mt 6, 6). [#Quaresma](#)
127 1 mil 8,9 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 31 de ago de 2019



Os oceanos contêm não só a maior parte da água do planeta

84,9 mil visualizações 0:08 / 1:00

137 1,3 mil 6 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 19 de dez de 2019

Decidi mostrar este colete salva-vidas, "crucifixo", para recordar a todos o compromisso obrigatório de salvar cada vida humana, porque a vida de cada pessoa é preciosa aos olhos de Deus. O Senhor nos pedirá contas disso no momento do julgamento. vaticannews.va/pt/papa/news/2...



Papa Francisco @Pontifex_pt · 7 de fev de 2019



Mesmo que tentemos ignorá-la, a escravidão não é algo de outros tempos.

36 mil visualizações 0:08 / 0:59

63 648 2,8 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 6 de jun de 2019



São sacerdotes próximos. São sacerdotes próximos. São sacerdotes próximos. São sacerdotes próximos. São sacerdotes próximos.

0:35 | 32,8 mil visualizações

Papa Francisco @Pontifex_pt · 11 de abr de 2020

Este Rosto desfigurado por feridas comunica uma grande paz. Seu olhar não procura os nossos olhos, mas o nosso coração, é como se nos dissesse: tem confiança, não percas a esperança; a força do amor de Deus, a força do Ressuscitado tudo vence. #SantoSudário



336 3,6 mil 23,8 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt · 4 de ago de 2020



A concorrência da pesca industrial e a poluição tornam o seu trabalho ainda mais complicado.

0:28 30,4 mil visualizações

50 354 2,4 mil

Papa Francisco @Pontifex_pt

#RezemosJuntos para que vivamos o sacramento da reconciliação com uma profundidade renovada, para saborear o perdão e a infinita misericórdia de Deus. #IntençõesdeOração



E rezemos para que Deus dê a sua Igreja padres misericordiosos e não torturadores.

23,1 mil visualizações

Papa Francisco @Pontifex_pt · 1 de dez de 2020



Rede Mundial de Oração ao Papa

INTENÇÃO DE ORAÇÃO DO PAPA

REZEMOS PARA QUE NOSSA RELAÇÃO COM JESUS CRISTO SE ALIMENTE DA PALAVRA DE DEUS E DE UMA VIDA DE ORAÇÃO.

1:30 35,3 mil visualizações

Papa Francisco @Pontifex_pt · 27 de mar de 2020

Desta colunata que abraça Roma e o mundo desça sobre vós, como um abraço consolador, a bênção de Deus.



690 6,2 mil 34,8 mil

ANEXO B – GLOSSÁRIO DO TWITTER

Elemento/nomenclatura:	Significado:
@	O sinal @ é usado para mencionar os nomes de usuários nos <i>Tweets</i> : "Olá, @twitter!" As pessoas usam seu nome de usuário para mencionar você em <i>Tweets</i> , enviar uma mensagem para você ou criar um link para o seu perfil.
Bio	Sua Bio é uma descrição pessoal curta (com até 160 caracteres) que aparece em seu perfil e serve para caracterizar sua identidade no Twitter.
Conta verificada	Uma conta do <i>Twitter</i> verificada recebe um ícone de verificação azul para indicar que o criador desses <i>Tweets</i> é uma fonte legítima. Contas verificadas incluem figuras públicas e possíveis vítimas de falsa identidade no <i>Twitter</i> .
Curtida (s.)	Curtir um <i>Tweet</i> indica que você gostou dele. Você pode encontrar todas as suas curtidas clicando ou tocando na guia Curtidas em seu perfil.
<i>Hashtag</i>	<i>Hashtag</i> é qualquer palavra ou frase imediatamente precedida pelo símbolo #. Quando você clica ou toca em uma <i>hashtag</i> , vê outros <i>Tweets</i> contendo a mesma palavra-chave ou tópico.
<i>Timeline</i>	A <i>timeline</i> é a série de <i>Tweets</i> exibida em tempo real. A <i>timeline</i> da sua página inicial, por exemplo, é onde você vê todos os <i>Tweets</i> compartilhados por seus amigos e outras pessoas que você segue.
<i>Tweet</i> (s.)	Um <i>tweet</i> (até 280 caracteres) pode conter fotos, GIFs, vídeos e textos.
<i>Tweetar</i> (v.)	O ato de enviar um <i>tweet</i> . Os <i>tweets</i>

	são exibidos nas <i>timelines</i> do <i>twitter</i> ou inseridos em websites e blogs.
--	---

Fonte: *Twitter*.³⁴

³⁴ Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/glossary>>. Acesso em: 18 mai. 2021.