

IASCJ
CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO - UNISAGRADO

TIAGO COUTINHO GUEDES DA SILVA

FRANCISCO, O PAPA PUBLICITÁRIO –
UMA ANÁLISE DA CONTA @PONTIFEX_PT NO TWITTER

BAURU

2022

TIAGO COUTINHO GUEDES DA SILVA

FRANCISCO, O PAPA PUBLICITÁRIO –
UMA ANÁLISE DA CONTA @PONTIFEX_PT NO TWITTER

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Publicidade
e Propaganda - IASCJ - Centro Universitário
Sagrado Coração – UNISAGRADO.

Orientadora: Prof.^a M^a Daniela Pereira
Bochembuzo.

BAURU

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

S586f	<p>Silva, Tiago Coutinho Guedes da</p> <p>Francisco, o Papa publicitário: Uma análise da conta @Pontifex_pt no Twitter no período de 2017 a 2019 / Tiago Coutinho Guedes da Silva. -- 2022.</p> <p>75f. : il.</p> <p>Orientadora: Prof.^a M.^a Daniela Pereira Bochembuzo</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP</p> <p>1. Papa Francisco. 2. Igreja Católica. 3. Twitter. 4. Análise de Conteúdo. 5. Teorias da Comunicação. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.</p>
-------	---

TIAGO COUTINHO GUEDES DA SILVA

FRANCISCO, O PAPA PUBLICITÁRIO –
UMA ANÁLISE DA CONTA @PONTIFEX_PT NO TWITTER

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Publicidade
e Propaganda - IASCJ - Centro Universitário
Sagrado Coração – UNISAGRADO.

Aprovado em: 01/12/2022.

Banca examinadora:

Prof.^a M^a Daniela Pereira Bochembuzo.

IASCJ - Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO

Prof^a Dr^a Flávia Santos Arielo

IASCJ - Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO

Prof^o Dr^o Marcelo Zanluchi Surano Simon

PUC-SP - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Dedico este trabalho à Igreja Católica, a minha família, minha namorada, docentes e amigos, com carinho.

AGRADECIMENTOS

Dedico em forma de gratidão este trabalho, primeiramente, a Deus e à Santíssima Virgem Maria, por guiarem o meu caminho durante todo período da graduação, iluminarem minha inteligência e, principalmente, me enriquecerem nestes quatro anos de virtudes que brotam do Sagrado Coração de Jesus. Aos meus santos de devoção, em especial São João Paulo Segundo, fonte de toda inspiração, e ao meu Anjo da Guarda.

Aos meus pais, Sr. Valdeci Guedes da Silva e Sra. Rosana Cláudia de Todelo, que sempre me motivaram e me inspiraram a perseverar, em especial nos momentos mais difíceis, como no período da Pandemia do Coronavírus. Junto a eles, agradeço à minha irmã, Raila Bianca Guedes da Silva, pela sua docilidade no trato e paciência. À minha namorada, Ana Lara Ottaviani, parceira e amiga para todos os momentos, auxiliando-me naquilo que me era necessário e acreditando no potencial deste trabalho e deste pesquisador. À minha família e amigos, que durante todo o período da graduação estiveram torcendo por mim, para conclusão do ensino superior.

À minha querida orientadora, a Prof^a M^a Daniela Pereira Bochembuzo, que no decorrer deste trabalho mostrou-se sempre disposta, depositando confiança e auxiliando-me a encontrar os melhores caminhos, transformando-se, assim, num pilar fundamental para a finalização desta pesquisa. Agradeço por todo trabalho desenvolvido, dedicação e carinho com que orientou a mim e dirigiu todo esse processo.

Aos meus amigos Celço Santos e Thawam Soares, gratidão pela amizade, pelos trabalhos realizados durante a graduação. Agradeço também à amizade de Adriel Cassini, que neste último período da graduação auxiliou-me com caronas diárias para o Centro Universitário.

Por fim, agradeço de forma geral a todo corpo docente do curso de Publicidade de Propaganda da Unisagrado, de forma especial aos professores alocados na graduação, e ao coordenador do curso, Dr. Vitor Pachioni Brumatti, demonstrando-se sempre prestativo, presente e humano, respondendo rápido aos anseios de seus alunos (incluo a mim) e exercendo um trabalho ao nível de excelência.

Agradeço a todos que, de uma forma ou outra, me auxiliaram para o término desta graduação. Muito obrigado!

“Totus Tuus ego sum Mariae et omnia mea tua
sunt” (MONTFORT, 2018).

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Gráfico “Data Never Sleeps 9.0”	27
Figura 2 – Gráfico “Daily Time Spent Using The Internet” (trad. Tempo diário gasto usando a Internet).	27
Figura 3 - <i>Post</i> “Interação Online e Offline com as marcas”	29
Figura 4 – “Desenvolvimento da Comunicação na Igreja Católica, de 1950 a 2021”	33
Figura 5 – Esquema de Bardin	38
Figura 6 – Primeira postagem do papa Bento XVI no Twitter (Foto: Reprodução)	40
Figura 7 – Gráfico “Categorias que obtiveram maior número de <i>retweets</i> ”	46
Figura 8 – <i>Tweet</i> mais compartilhado em novembro de 2018.....	47
Figura 9 – <i>Tweets</i> que abordam a família como principal temática no ano de 2018.....	50
Figura 10 – <i>Tweet</i> mais compartilhado em outubro de 2017	50
Figura 11 – <i>Tweet</i> mais compartilhado em abril de 2018.....	51
Figura 12 – <i>Tweets</i> que abordando o Brasil em fevereiro de 2020	52
Figura 13 – <i>Post</i> “General Heleno satirizando a visita de Lula ao Papa Francisco”.....	52
Figura 14 – <i>Tweet</i> mais compartilhado desta análise.	55
Figura 15 – <i>Tweet</i> mais compartilhado em setembro de 2017”	56
Figura 16 – <i>Tweet</i> mais compartilhado em junho de 2019	57

LISTA DE QUADROS

Tabela 1 – Novos conceitos-chaves das mídias digitais.....	23
Tabela 2 – Número de seguidores em cada conta do Papa Francisco no Twitter	36
Tabela 3 - Texto dos <i>Tweets</i> mais compartilhados, de 2017 a 2019, em categorias.	44
Tabela 4 - “Categoria Mensagem de Abordagem Cristã”	45
Tabela 5 – “Categoria Mensagem Devocional”	12
Tabela 6 – “Categoria Mensagem de punho Social”	20
Tabela 7 - “Categoria Mensagem direcionada aos jovens”	45
Tabela 8 - “Os tweets de cada mês que tiveram maior retweets, de 2017 a 2021”	69
Tabela 9 - “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens com abordagem cristã”	73
Tabela 10 - “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens devocional”	74
Tabela 11 - “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens social”	75

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	A IGREJA CATÓLICA E OS PAPAS	15
3	A COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL	21
3.1	IGREJA CATÓLICA E COMUNICAÇÃO: CULTURA DE EVANGELIZAÇÃO ...	30
4	ANÁLISE DE CONTEÚDO	37
4.1	EXECUÇÃO	39
4.1.1	Pré-Análise	40
4.1.2	Exploração e Tratamento	43
4.2	DISCUSSÕES	57
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
	REFERÊNCIAS	63
	APÊNDICE	68

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, na forma de monografia, trata da percepção acerca da comunicação da Igreja Católica a partir da análise da conta @Pontifex_pt no Twitter, no período de 2017 a 2019, cuja titularidade pertence ao Papa Francisco. A Igreja Católica Apostólica Romana é uma instituição milenar que busca seguir a pessoa de Cristo. Caracterizada como uma das mais primitivas profissões religiosas, é a maior religião praticada no Brasil, segundo Datafolha (2020). Uma de suas características mais autênticas é a presença de uma hierarquia eclesial cuja liderança se dá na figura do Papa, a autoridade máxima da Igreja Católica e cuja missão é mantê-la em unidade. A importância do sumo Pontífice é indubitável para a instituição, assim como suas interações com os fiéis, especialmente, em meio a um mundo digital. Nesse sentido, mostra-se importante analisar a efetividade de sua mensagem no âmbito digital, bem como investigar como a imagem do Pontífice influencia nessa construção. Para tanto, o estudo tem como objeto a conta do Papa Francisco no Twitter e busca compreender como se dá a construção da mensagem e a percepção das pessoas sobre a Igreja a partir desse conteúdo, em seus diversos contextos. A primeira etapa do percurso metodológico escolhido envolveu pesquisa bibliográfica qualitativa sobre os temas Igreja Católica, história dos Papas, Teorias da Comunicação e redes sociais. A partir de publicações selecionadas do Twitter, a segunda etapa do estudo envolve o método de investigação Análise de Conteúdo. O percurso permite analisar o posicionamento do Pontífice à frente da Igreja, avaliando a forma com que se comunica, suas temáticas, bem como inferir a respeito da percepção humana denotada e relevância para a Igreja Católica na era digital. A natureza da pesquisa é social e sua finalidade, exploratória, uma vez que propôs descobrir intuições e aprimorar ideias. Considera-se, a partir dos resultados obtidos, que uma parte considerável da audiência fiel do Papa na rede social em questão não possui conhecimento claro sobre a sua função na Igreja, assim como, de maneira análoga, a comunicação deste se limita à “lógica física do púlpito”, se preocupando muito mais com o que se fala do que como se fala. Todavia, os ruídos presentes na comunicação nesta rede social pouco interferem no êxito do Papa no Twitter.

Palavras-chave: Análise de Conteúdo. Comunicação. Igreja Católica. Papa Francisco. Twitter.

ABSTRACT

This Work of Completion of Course in Social Communication with qualification in Advertising and Advertising, in the form of monograph, deals with the perception about the communication of the Catholic Church from the analysis of the @Pontifex_pt Twitter account, in the period from 2017 to 2019, whose ownership belongs to Pope Francis. The Roman Catholic Apostolic Church is a millennial institution that seeks to follow the person of Christ. Characterized as one of the most primitive religious professions, it is the largest religion practiced in Brazil, according to Datafolha (2020). One of its most authentic characteristics is the presence of an ecclesial hierarchy whose leadership takes place in the figure of the Pope, the highest authority of the Catholic Church and whose mission is to keep it in unity. The importance of the Supreme Pontiff is undoubted for the institution, as well as its interactions with the faithful, especially during a digital world. In this sense, it is important to analyze the effectiveness of his message in the digital sphere, as well as to investigate how the image of the Pontiff influences this construction. To this end, the study has as its object the account of Pope Francis on Twitter and seeks to understand how the construction of the message and the perception of people about the Church from this content, in its various contexts. The first stage of the methodological path chosen involved qualitative bibliographic research on the themes Of Catholic Church, History of popes, Theories of Communication, and social networks. From selected Twitter posts, the second stage of the study involves the Content Analysis investigation method. The route allows us to analyze the pontiff's position at the head of the Church, evaluating the way in which it communicates, its themes, as well as inferring about the human perception denoted and relevant to the Catholic Church in the digital age. The nature of the research is social and its purpose, exploratory, since it proposed to discover intuitions and improve ideas. It is considered, from the results obtained, that a considerable part of the Pope's faithful audience in the social network in question does not have clear knowledge about his role in the Church, as well as, similarly, his communication is limited to the "physical logic of the pulpit", worrying much more about what is spoken of than how one speaks. However, the noises present in the communication on this social network do not interfere with the Pope's success on Twitter.

Keywords: Content Analysis. Communication. Catholic Church. Pope Francis. Twitter

1 INTRODUÇÃO

A Igreja Católica Apostólica Romana é uma organização religiosa, internacional, milenar e que busca seguir à pessoa de Jesus Cristo e seus ensinamentos. Caracterizada como uma das mais antigas profissões religiosas, pertence a ela o título de maior instituição de caridade, fornecedora de educação e saúde do planeta, segundo Anuário Pontifício e Estatístico publicado pela Santa Sé (2020).

Ao estudar sobre a Igreja, se faz necessário antes compreender o seu significado. “A palavra “Igreja” significa “convocação”. Designa as assembleias do povo, geralmente de caráter religioso [...]”. (CNBB, 1999, p. 215).

Entretanto, falar da Igreja enquanto organização é um desafio devido aos diversos tópicos que devem ser considerados, como história, hierarquia, documentos, fé e tantos outros pontos que a diferem de outras instituições, tendo em vista que uma organização vai muito além de um conjunto de pessoas que se reúnem sob um mesmo objetivo. Nesse âmbito, a missão da Igreja Católica é evangelizar, segundo o Catecismo da Igreja Católica:

O mandato missionário. "Enviada por Deus às nações, para ser o sacramento universal da salvação, a Igreja, em virtude das exigências íntimas da sua própria catolicidade e em obediência ao mandamento do seu fundador, procura incansavelmente anunciar o Evangelho a todos os homens" [...] O mandato missionário do Senhor tem a sua fonte primeira no amor eterno da Santíssima Trindade: "Por sua natureza, a Igreja peregrina é missionária[...]" E o fim último da missão consiste em fazer todos os homens participantes na comunhão existente entre o Pai e o Filho, no Espírito de amor. (CNBB, 1999, p.244; CIC 849).

Uma das características mais autênticas da Igreja Católica é a presença do Papa, um dos últimos monarcas absolutistas da Europa. Responsável por guardar junto dos bispos o depósito da fé, dar continuidade à sucessão apostólica e ser chefe do Estado da Cidade do Vaticano, é também conhecido como Sumo Pontífice, Santo Padre, Bispo de Roma e Sucessor de Pedro. Segundo o Catecismo, o Papa, “[...] Bispo de Roma e sucessor de S. Pedro, [...] possui na Igreja poder pleno, supremo e universal. E ele pode exercer sempre livremente este seu poder” (1999, p. 253). É indubitável a importância de sua autoridade máxima para a instituição, pois, além do cargo vitalício no governo da doutrina, é um dos líderes religiosos mais influentes do mundo a exemplo do Papa Francisco que, em 2013, foi eleito pela revista Time o "homem do ano" e, no mesmo ano, a revista Rolling Stones o colocou em sua capa e em 2014, a revista Fortune o apontou como o líder mais importante e influente do planeta. Portanto, o papado é um cargo que implica em grandes responsabilidades, dentre elas escolher e distribuir os bispos pelas

dioceses, assumir a missão diplomática da Santa Sé (enquanto chefe de estado e monarca), conduzir os fiéis e cuidar da Igreja Católica, fazendo com que esta, no que lhe concerne, não se fragmente, mantendo-se em unidade.

Partindo dos pressupostos expostos, esta pesquisa expõe uma análise da percepção sobre o Papa Francisco em meio ao mundo digital. A fim de compreender a influência dos Papas para a percepção das pessoas sobre a Igreja Católica, em seus contextos, no período compreendido de 2017 a 2019, o estudo tem como objeto a conta no Twitter do Papa Francisco, @Pontifex_pt.

A **questão norteadora** desta investigação é como a percepção das pessoas sobre Papa Francisco no Twitter influencia na comunicação da Igreja Católica na era digital?

O **objetivo** da presente pesquisa é desenvolver uma análise de conteúdo sobre o Papa Francisco no Twitter, a fim de compreender como suas ações influenciaram na percepção dos fiéis, e não fiéis, no que diz respeito à Igreja Católica.

Nesse contexto, a pesquisa busca compreender conceitos teóricos sobre: comunicação (em especial na era digital), análise de conteúdo, marketing e religião católica; investiga a percepção das pessoas sobre o atual Pontífice a partir de sua comunicação no Twitter, e como isso reflete na imagem da Igreja; e entende os principais tópicos que contribuem na comunicação e evangelização no Twitter.

A importância desse tema se deve ao Cristianismo ser a maior religião praticada no Brasil, segundo Datafolha (2020). Logo, esse trabalho contribui particularmente para identificação da importância da comunicação na missão da Igreja em evangelizar. Partindo do pressuposto que só é conhecido aquilo que é partilhado (MARTINO, 2014) e sabendo da missão do Papa em manter a Igreja em unidade, fica evidente a necessidade de se compreender as interações deste para com os fiéis e, a partir disso, denotar a atual percepção das pessoas sobre o Pontificado no âmbito digital. Sendo assim, se faz necessário investigar os pontos que influenciam essa percepção e, diante de sua importância, analisar a efetividade da comunicação.

Haja vista a relevância de uma doutrina para a orientação da vida daqueles em que nela acreditam, este pesquisador entende que fica como papel da Igreja, na figura papal, a responsabilidade de colocar a comunicação como experiência de vida na perspectiva da evangelização, centrando-se no relacionamento pessoal e interpessoal, tendo em vista todo processo comunicacional (emissor, canal, mensagem, receptor e ruídos).

A análise também teve como iniciativa evidenciar para empresas e pessoas a necessidade de compreender as interações de toda marca com seus clientes e stakeholders¹, a

¹ Grupo de pessoas ou organização que mantém algum tipo de vínculo com uma determinada marca.

fim de denotar os efeitos que um conteúdo assertivo pode gerar na missão e percepção de toda instituição, seja ela religiosa ou não.

A pesquisa ainda contribui para o desenvolvimento dos futuros profissionais de comunicação, tendo em vista ampliar seus horizontes e despertar senso crítico baseado em metodologias ao lidar com o terceiro setor, organizações sem fins lucrativos ou setor público. Suscita, ademais, a reflexão sobre como um profissional de comunicação pode atuar na evangelização.

Este trabalho também se deve a uma motivação pessoal do pesquisador, que atuou no setor de comunicação de uma Instituição católica, experiência essa que o fez gerar interesse pelo objeto de estudo deste trabalho e, assim, o motiva a realizar esta pesquisa.

Para bem concluir este trabalho, o tipo de pesquisa utilizada foi a Social Exploratória, visto que, segundo Gil (2002), essa tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. O percurso metodológico para obter os resultados, envolve pesquisa bibliográfica qualitativa sobre os temas: Igreja Católica, história dos Papas, teorias da comunicação, marketing digital, branding e Twitter;

A metodologia, definida como principal instrumento de investigação, foi a análise de conteúdo em relação à liderança da hierarquia eclesial da Igreja Católica e sua postura por meio da disseminação de conteúdo nas redes sociais oficiais, tendo em vista que, segundo Duarte (2015), essa se refere a um método destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. O universo de análise envolve publicações selecionadas da conta brasileira oficial do Papa no Twitter (@Pontifex_pt), e da Santa Sé no Instagram, no período de 2017 a 2019. A amostra selecionada é analisada sob categorização a partir das principais métricas da rede social em um nível tático, também descritas por Atherton (2020), para compreender e decodificar as percepções denotadas acerca das temáticas e dos fenômenos analisados.

O procedimento escolhido para coletar os dados foram obtidos por pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa. Dos resultados, foi possível realizar a categorização e aplicá-la na análise de conteúdo, senso sucedida por inferências e considerações.

2 A IGREJA CATÓLICA E OS PAPAS

A Igreja Católica possui mais de dois mil anos de trajetória e está presente no mundo inteiro. Sua missão é “comunicar a salvação anunciada por Cristo, que Ele chama “Reino de Deus” (Mc 1,15), ou seja, “a comunhão com Deus e entre os homens” (CNBB, 2011. p.40).

Segundo o anuário “Statistical Yearbook of the Church” da Agência Fides, do Vaticano, divulgado em dezembro de 2019, o número de católicos (contabilizando leigos e religiosos) era de 1,34 bilhão, com aumento global de 15,4 milhões em relação ao ano anterior, e apesar de uma queda na população que se declara católica apostólica no Brasil, este continua sendo a maior nação de católicos batizados, com 177 milhões de fiéis e 278 jurisdições². Todavia, o país que o catolicismo mais cresce é a Filipinas, havendo até 2019 mais de 1,6 milhões de batismos de crianças menores de 7 anos.

Conforme já dito, a missão da Igreja Católica é evangelizar e isso a compromete com os mais pobres e necessitados e, nesse âmbito, é ela a maior instituição de caridade do mundo. Somando todas as outras instituições que pertencem a ela, há cerca de 220 mil escolas (aproximadamente 72 mil jardins de infância, 99 mil escolas primárias e 49 mil escolas secundárias), 5 mil hospitais e 16 mil outras clínicas ou postos de saúde (SALESIANOS, 2021).

Porém, antes de iniciar os estudos sobre a Igreja rememora-se e amplia-se aqui seu significado, que faz memória ao povo reunido, crença ou até a casa de Deus. “A palavra “Igreja” [...] significa “convocação”. Designa assembleias do povo, geralmente de caráter religioso [...]. (CATECISMO 1999, p. 215). Já o termo “católico”, o Catecismo define no parágrafo 830.

A palavra “católico” significa “universal” no sentido de “segundo a totalidade” ou “segundo a integridade”. A Igreja é católica num duplo sentido. É católica porque Cristo está presente nela: “onde está Jesus Cristo, aí está a Igreja Católica”. Nela subsiste a plenitude do Corpo de Cristo unido à sua Cabeça, o que implica que ela receba d’Ele a “plenitude dos meios de salvação” que Ele quis: confissão de fé correta e completa, vida sacramental integral e ministério ordenado na sucessão apostólica. Neste sentido fundamental, a Igreja era católica no dia de Pentecostes e sê-lo-á sempre até ao dia da Parusia. (CATECISMO 1999, p. 239).

Sob tal definição, há somente uma Igreja de Cristo e fundada por Ele, que é a Igreja Católica, sua natureza é católica e, por isso, não se pode aceitar o significado da palavra católico como um ramo do cristianismo (AZEVEDO, online, 2012). A fé cristã é católica por definição e se presume no termo “Corpus Mysticum”, ou seja, um corpo místico de Cristo. O apóstolo

² Poder autônomo que a Igreja Católica, enquanto Estado Vaticano, tem em julgar as questões que dizem respeito ao culto e à sua organização interna.

São Paulo, em suas cartas, insiste em escrever, enfatizar e caracterizar a Igreja como o corpo de Jesus, sendo o próprio Cristo a cabeça.

Segundo o Compêndio da Doutrina Social da Igreja, a fé é um dos principais pilares que leva as pessoas à Igreja. Segundo a obra, “a Igreja é, na humanidade e no mundo, o sacramento do amor de Deus e, por isso mesmo, da esperança maior, que ativa e sustém todo autêntico projeto e empenho de libertação e promoção humana” (CNBB, 2005, p. 45). A Igreja possui uma dimensão sobrenatural pois tem origem em Cristo, o Filho de Deus, possui uma finalidade salvífica que independe de fatores biológicos ou culturais e, por fim, compreende uma reunião de pessoas que confessam a mesma fé cristã, possuem os mesmos valores morais e participam dos mesmos sacramentos.

Em virtude de uma melhor investigação da comunicação que acontece na Igreja, é imprescindível entender as relações de poder dela, esta que se trata de uma instituição civil multinacional, com sede na cidade do Vaticano, que é um Estado independente e uma monarquia absoluta. Na Cidade Estado do Vaticano, o Papa é o monarca.

Abaixo dele se encontram os Cardeais, os quais são escolhidos pelo Papa. Abaixo dos Cardeais estão os Bispos que, não obrigatoriamente, mas que em sua maioria, são as autoridades máximas das dioceses católicas. Os Padres, também chamados de Presbíteros, vêm abaixo dos Bispos. Atuam na paróquia de uma diocese e devem obedecer ao Bispo (ANDRETTA, 2011).

Apresentada a estrutura, nota-se uma instituição cuja hierarquia é verticalizada o que, de certo modo, dificulta a comunicação, pois esse modelo não possui um fim democrático. Todavia, isso não impede que a Igreja Católica busque, junto dos papas, dar continuidade à obra iniciada por Cristo. Segundo Couloumbe (2021, p.22), “para os católicos, ela é "a luz que resplandece nas trevas", muito embora as trevas não a contenham. Para seus inimigos, ela é o meio mais bem sucedido que já existiu de escravizar a mente do homem”.

Sendo assim, Igreja é uma instituição que se desenvolve sob a autoridade papal e sua hierarquia. Para alcançar tais objetivos, ela administra os sacramentos e prega o Evangelho de Cristo, de forma alinhada aos seus três principais pilares, são eles: magistério, escritura e tradição, em especial, a não escrita. Devido ao seu testemunho para a história dos primeiros papas, esta última se faz necessária para bem compreender a Igreja, pois, antes da liberdade de culto concedida por Constantino em 312, os documentos sobre ela são rudimentares e muitos foram destruídos (COLOUMBE, 2021).

O Papa na Igreja é o vigário de Cristo, ou seja, uma espécie de vice-rei. O autor exemplifica, “assim como o governador-geral do Canadá é um suplente da rainha do país, Elisabeth II, o papa também é visto como um mero suplente, um intendente de Jesus Cristo,

considerado o líder invisível da Igreja” (COLOUMBE, 2022). Nesse aspecto, se faz necessário compreender quem é Jesus Cristo na perspectiva católica. Segundo o Catecismo da Igreja Católica no Capítulo Segundo, do parágrafo 452 ao 455:

Jesus significa “Deus salva”. O menino nascido da Virgem Maria é chamado “Jesus”, “porque salvará o seu povo dos seus pecados” (Mt 1, 21); “não existe debaixo do céu outro nome dado aos homens, pelo qual possamos ser salvos” (Act 4, 12).⁴⁵³. O nome de Cristo significa “Ungido”, “Messias”. Jesus é Cristo, porque “Deus O ungiu com o Espírito Santo e o poder” (Act 10, 38). Ele era “Aquele que estava para vir” (Lc 7, 19), o objeto da “esperança de Israel” [...] O nome de Filho de Deus significa a relação única e eterna de Jesus Cristo com Deus seu Pai: Ele é o Filho único do Pai e, Ele próprio, Deus. Crer que Jesus Cristo é o Filho de Deus é condição necessária para ser cristão [...]. O nome de Senhor significa a soberania divina. Confessar ou invocar Jesus como Senhor é crer na sua divindade. “Ninguém pode dizer “Jesus é Senhor”, a não ser pela ação do Espírito Santo” (1 Co 12, 3). (CATECISMO..., 1999, p.128; CIC 849).

Ainda nos evangelhos, Cristo promete regressar para assumir a liderança da Igreja, todavia coube a Pedro (apóstolo de Jesus), o primeiro papa, e aos seus sucessores no papado conduzirem a obra até o fim dos tempos (a volta de Jesus Cristo). Essa é a visão da Igreja acerca do líder invisível da Igreja, em que os papas e seus súditos buscam seguir.

Portanto, é inegável ao todo a importância do papa para a Igreja. No trono papal (de São Pedro ao atual Papa Francisco), assentaram-se 268 pontífices, e 39 deles foram canonizados. Desse número, 85 papas se destacaram por suas virtudes heroicas e fama de santidade, e desse último número, 35 foram os primeiros papas os quais se tornaram santos. Entretanto, após o século XVI somente quatro papas foram canonizados, e isso se deve ao fato de que nem todos os papas foram bons, alguns foram controversos, medíocres e, segundo o autor, até mesmo assassinos, a exemplo do Papa Formoso (896) que, de tão odiado, após a morte teve seu cadáver exumado e sujeito a julgamento em tribunal (COLOUMBE, 2022). Todavia, em sua maioria, a Igreja teve bons modelos de papas, a exemplo de Leão Magno, que assustou Átila, o Huno, para que poupasse Roma de ser atacada, ou São João Paulo II, que popularizou o papado de tal forma que influenciou diretamente no fim de regimes totalitários na Europa entre os anos 1970 e 1980, a exemplo da queda do Muro de Berlim, em 9 de novembro de 1989.

Para este pesquisador, estudar a história dos Papas é também estudar a história do cristianismo. Entretanto, para o êxito desse estudo, se faz necessário compreender que, em níveis ideológicos, o papado se opõe ao culto à mudança. A partir disso, é possível entender a principal missão dos Papas, que é preservar/proteger o depósito de fé da mudança. Desde o Renascimento, o Juramento de Coroação dos Papas declara que o novo pontífice promete:

Não diminuir ou mudar nada da tradição recebida, conservada por meus predecessores que agradam a Deus, tampouco admitir qualquer novidade; mas, com fervor, como

seu discípulo e sucessor verdadeiramente fiel, resguardar com veneração o que me foi transmitido, com todas as minhas forças e com máximo empenho. (COLOUMBE, 2022, p.17).

Sendo assim, na medida em que surgem novos conflitos e disputas doutrinárias, cabe a ele determinar o que a Igreja sempre ensinou e, apesar da falsa ideia de que o Papa pode alterar e criar doutrinas através da infalibilidade papal³, a realidade é diferente, pois, na verdade, esses termos fazem referência ao nível mais alto de autoridade que é ocupado pelo pontífice e este, por sua vez, é impedido pelo Espírito Santo de proclamar inverdades. Esta realidade implica em algumas consequências, dentre elas o conflito com a mídia e governos, pois o papa não possui poder para alterar a posição da Igreja no que diz respeito a temas como divórcio, aborto, contracepção ou ordenação de mulheres, uma vez que cabe a ele ser guardião da doutrina católica, e não dono dela. Entretanto, a infalibilidade na doutrina católica não resguarda a maioria das afirmações e atos do papa (exceto na beatificação e canonização de santos), apenas de proferir heresias em dogma. O papa, assim como nós, é inerente a sua educação, personalidade e circunstâncias (COLOUMBE, 2022).

Um ponto fundamental sobre a papel do papa, em uma ótica mais católica, é a proteção dos sacramentos e da liturgia. Ele também exerce uma função política, pois é o chefe de Estado do Vaticano e, ainda que as ações de governantes atinjam mais diretamente a vida dos indivíduos, cabe ao papa ter essa preocupação com o governo civil.

Portanto, a compreensão das noções apresentadas coopera para uma avaliação justa dos papas, pois, num aspecto religioso geral, fica inconcebível de justiça julgar líderes religiosos baseado, unicamente, em opiniões particulares (ou ausência delas). Sendo assim, é aconselhável “julgar de acordo com o quão bem ele (líderes religiosos) protege a sua fé, por mais estranho que isso nos possa parecer” (COLOUMBE, 2022). Assim é com o papa, pois para um justo julgo de seu papado o principal critério a ser levado em consideração na avaliação deve ser se ele agiu bem à luz da própria Igreja. Sob essa perspectiva, o Papa Emérito⁴ Bento XVI, mesmo diante de uma Igreja em crise devido aos escândalos e fortes conflitos com a cultura da época, terminou seu papado deixando o legado como um bom papa.

O Papa Emérito Bento XVI, Joseph Ratzinger, filho de pais camponeses marcados pelo mal do nazismo, nasceu no dia 16 de abril de 1927 em Marktl, na Alemanha. Foi Papa da Igreja Católica de 19 de abril de 2005 a 28 de fevereiro de 2013, quando oficializou sua abdicação. Desde sua renúncia, é Bispo de Roma Emérito.

³ Dogma de fé. Afirma que o Papa, em comunhão com o Sagrado Magistério, quando delibera e define solenemente algo em matéria de fé ou moral, está sempre correto.

⁴ Título adotado pelo papa quando este decide abdicar do pontificado.

Bento XVI, desde muito cedo, ficou conhecido por suas inclinações intelectuais, visão filosófica incomum e sua aversão ao subjetivismo do neokantismo⁵. Quando jovem, aprofundou-se na filosofia agostiniana em oposição à corrente da época (tomismo⁶), tanto que a tese a qual se tornou doutor em 1953 intitulava-se "Povo e Casa de Deus na Doutrina da Igreja de Santo Agostinho". Além de dominar seis idiomas, ler grego antigo e hebraico, tocar piano e ser membro de várias academias científicas da Europa, o Papa Emérito Bento XVI recebeu oito doutorados honoríficos de diferentes universidades. Em 2005, a revista Time o citou como uma das pessoas mais influentes do mundo.

Com o lema papal "cooperadores da verdade", teve um papado marcado pelo catolicismo puro (COLOUMBE, 2022) sem artifícios ou mistura. Dentre os tópicos mais importantes de seu programa, pode-se citar a "liberação" da Missa Tridentina; A busca pela cura do Cisma do Oriente; A realização de diálogos unilaterais; A luta contra o casamento homossexual, modernismo, feminismo radical, eutanásia, aborto, contracepção e a limitação de água e alimentos de pacientes terminais; A imoralidade que havia dentro do Clero da igreja; E a remoção cada vez maior da religião da vida pública. Ele foi o primeiro superior da Congregação para a Doutrina da Fé⁷ a alcançar o Pontificado e o primeiro Decano do Colégio Cardinalício eleito Papa, mas em 28 de fevereiro de 2013 renunciou ao cargo, dando origem ao governo de seu predecessor, Francisco.

Filho de emigrantes italianos (Mário e Regina Sivoria), o primeiro Papa americano da história é o jesuíta argentino Jorge Mario Bergoglio, mais conhecido como Papa Francisco, que nasceu em Buenos Aires no dia 17 de dezembro de 1936. Após diplomar-se como técnico químico (Farmácia), escolheu o caminho do sacerdócio, entrando no noviciado da Companhia de Jesus em 1958, com 19 anos. Francisco foi professor de literatura e psicologia até o ano de 1967, quando passou a licenciar em teologia.

Já no ano de 1973, na Argentina, o então padre foi mestre de noviços, reitor na faculdade de teologia e consultor da província da Companhia de Jesus até ser eleito provincial dos jesuítas da Argentina, cargo que desempenhou durante seis anos. Já em 1986, partiu para a Alemanha,

⁵ O neokantismo é uma corrente filosófica desenvolvida principalmente na Alemanha, oriundo do kantismo, opondo-se ao idealismo de Georg Wilhelm Friedrich Hegel. O neokantismo busca recuperar a atividade filosófica, dedicando-se a pesquisas psicológicas, lógicas e morais.

⁶ O tomismo é a filosofia escolástica de São Tomás de Aquino (1225-1274), e que se caracteriza, sobretudo pela tentativa de conciliar o aristotelismo com o cristianismo. Procurando assim integrar o pensamento aristotélico e neoplatônico, aos textos da Bíblia, gerando uma filosofia do Ser, inspirada na fé, com a teologia científica.

⁷ Dicastério para a Doutrina da Fé é o mais antigo dos dezesseis dicastérios da Cúria Romana, um dos órgãos da Santa Sé. De acordo com o artigo 69 da Constituição Apostólica sobre a Cúria Romana: "*ajuda o Romano Pontífice e os Bispos a proclamar o Evangelho em todo o mundo, promovendo e protegendo a integridade da doutrina católica sobre a fé e a moral, valendo-se do depósito da fé e procurando também uma compreensão cada vez mais profunda dela diante de novas questões.*"

onde concluiu a tese de seu doutorado. Assim, em 1992, o então Papa São João Paulo II o nomeou cardeal de Buenos Aires e, nove anos depois, foi nomeado relator-geral da décima assembleia geral ordinária do Sínodo dos Bispos. No sínodo, Jorge destacou tópicos que despertaram a atenção dos bispos, como, por exemplo, o dever de pregar incessantemente a doutrina social da Igreja, mas também de expressar um juízo autêntico em matéria de fé e de moral.

Já na América, sua figura tornava-se cada vez mais conhecida por sua atuação de contestação a políticas de livre mercado, ações solidárias e fraternas, mas também caracterizada por posicionamentos conservadores. Mais tarde, o governo argentino passa a considerá-lo como opositor, título este que cai após tentativa falha de aproximação em 2010, em virtude da legalização do casamento entre homossexuais na Argentina. Este episódio ficou marcado pela declaração do então cardeal por considerar a medida como um ataque destrutivo aos planos de Deus, e que a justificativa da adoção de crianças era um meio de discriminá-la.

Em abril de 2005, o cardeal já era um nome cotado para assumir o papado do conclave por meio do qual seria eleito Bento XVI, mas foi somente em 2013 que Jorge Mario Bergoglio se tornaria Papa. O atual Bispo de Roma assumiria a Igreja num cenário desafiador e de constante queda do catolicismo mundial, entretanto, a despeito de sua postura conservadora semelhante à de Bento XVI, sua devoção à São Francisco de Assis desperta expectativas para uma igreja mais ativa no combate à pobreza. Seu papado tem como lema "O olhou com misericórdia e o elegeu" e no seu brasão inseriu o Cristograma⁸ IHS, símbolo da Companhia de Jesus.

⁸ Cristograma é uma monograma, abreviação ou combinação de letras para o nome de Jesus Cristo, por exemplo IES ou IS (Iesous) como aparece nos manuscritos gnósticos em língua copta ou ICXC, IECOVS XRICTOC no cristianismo oriental.

3 COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

A comunicação desempenha um papel fundamental na vida de todo ser humano que, por se tratar de um ser social, utiliza dela como instrumento para estabelecer relações e satisfazer necessidades. Elemento básico de sobrevivência, a comunicação vem se tornando um “formidável campo de cuidado técnico e moral em nossa civilização” (RÜDIGER, 2011).

Segundo o livro “As teorias da comunicação”, de Francisco Rüdiger (2011), os estudos acerca da comunicação social tiveram seu início por volta de 1900. Todavia, sua contribuição para as ciências humanas foi de grande impacto, vindo a se tornar fonte de diversos tipos de cuidado social. A formação de uma esfera moderna de comunicação possibilitou uma série de fenômenos novos para a época, pois, ao mesmo tempo em que esta ia se tornando cada vez mais poderosa, outras disciplinas passaram a dedicar seus esforços na pesquisa da nova tecnologia e campo de estudo. Nesta ótica, é denotado o desempenho da comunicação como elemento cultural, desde o parto de seus estudos.

Portanto, a comunicação é a base da interação social e faz parte do ser social do homem, o qual, por meio dela, conforme disserta Rüdiger (2011), se relaciona com a sociedade, com seu semelhante e elabora um universo de conhecimentos coletivos. Este processo deve ser compreendido como um princípio de sociabilidade, ou seja, estrutura social que leva em consideração elementos históricos e culturais.

A comunicação é uma característica antropomórfica e cultural de todo ser humano, é constitutiva e consubstancial ao sujeito pelo simples fato de ser homem e implica a simultaneidade em cada sujeito da “emissão” e da “recepção”. Alguém pode estar mais ou menos informado, ou estar desinformado; em compensação, ninguém pode deixar de se comunicar: não é um desejo voluntário, nem uma possibilidade que depende da técnica, mas uma parte objetiva e própria da sociabilidade. (VENERONI, 1992, p. 101 apud RÜDIGER, 2011).

Nesse aspecto, a comunicação deve ser compreendida como patrimônio cultural ao qual a Escola de Chicago (pioneira na reflexão teórica sobre a comunicação), corrobora para à afirmação. Nas primeiras décadas do século XX, a escola lança os fundamentos do Interacionismo Simbólico, cuja base é a que a sociedade não pode ser estudada fora dos processos de interação entre as pessoas, o que se dá pela comunicação. Herbert Blumer (1900-1987), membro da Escola de Chicago, sistematiza os termos da seguinte maneira:

O interacionismo simbólico baseia-se, em última análise, em três premissas. A primeira estabelece que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que este lhes oferece. [...] A segunda premissa

consiste no fato de que os significados de tais elementos mundanos são provenientes da ou provocados pela interação social que se mantém com as outras pessoas. A terceira premissa reza que tais significados são manipulados por um processo interpretativo (e por este modificados) utilizado pela pessoa ao se relacionar com os elementos com que entra em contato. (BLUMER, 1969, p. 2 apud RÜDIGER, 2011).

Entretanto, a plena compreensão da comunicação só se dá por meio do estudo dos meios em que ela é realizada. Segundo Marshall McLuhan (1911-1980), pilar da Escola de Toronto, “entender os meios é entender seu poder de mudar as estruturas temporais e espaciais, o trabalho e as relações sociais, com que entra em contato” (MCLUHAN apud RÜDIGER, 2011, p.120), desse modo, as tecnologias passam a constituir uma extensão dos sentidos humanos, implicando num outro modo de percepção da realidade, e nessa ótica o meio é a mensagem. Dito isso, passamos pelo que McLuhan denomina “formidável metamorfose cultural” (apud RÜDIGER, 2011, p.120), um momento marcado pelo surgimento da comunicação eletrônica, o que se refletiu em regresso à oralidade, superação de fronteiras políticas e democratização de conhecimentos. Segundo McLuhan (1964, p.77), “a aceleração da era eletrônica é tão destrutiva para o homem ocidental letrado e linear quanto o foram as vias de papel romanas para as aldeias tribais[...] este é o mundo novo da aldeia global”.

[...] a aldeia chegara a uma extensão social e institucional de todas as faculdades em formas sempre mais especializadas. A era eletrônica não pode manter a baixa rotação da estrutura centro-margem, que tem caracterizado o mundo ocidental nos últimos dois mil anos. (MCLUHAN, 1964, p.77).

Portanto, esse conceito visionário proposto pelo “profeta da era eletrônica” (analogia à Marshal McLuhan) expõe que os avanços das tecnologias de comunicação encurtam as distâncias no mundo, gerando facilidade nas trocas culturais entre os povos e nações. Sendo assim, McLuhan é coerente ao seu apelido no que diz respeito “profeta”, já que o advento da comunicação digital possibilitou uma remediação e confirmação do que ele previa.

As comunicações digitais nos disponibilizam um espaço heterogêneo, no qual a representação não é mais concebida como janela para o mundo, mas, antes, como a própria abertura de janelas, já que a mídia não abre uma janela para o mundo, mas para outra mídia ou representação. A lógica [dessa] hipermediação multiplica os signos mediadores e, dessa forma, procura reproduzir a seu modo o rico sensorium da experiência humana. (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 33-34 apud RÜDIGER, 2011).

Dito isso, ratifica-se a compreensão de que as mídias digitais trouxeram inúmeras formas de relacionamentos humanos e pensar nelas exige do pesquisador um trabalho consistente de autoanálise para evitar pensar que tudo mudou ou que tudo continua igual (MARTINO, 2014). O termo mídia digital estabelece uma diferenciação com as mídias de massas, pois essas possuíam um suporte físico, algo que praticamente desaparece nas mídias

digitais, fazendo com que os dados (imagens, sons, letras e qualquer outro elemento) se tornem sequência de número. Segundo Martino (2014), essa característica permite o compartilhar, armazenar e converter os dados. Essa característica introduz ao campo de estudo uma série de novos conceitos-chaves, como apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 – Novos conceitos-chaves das mídias digitais.

Conceito	Definição Inicial
Barreira digital	Diferenças de acesso às tecnologias e mídias digitais, bem como à cultura desenvolvida nesses ambientes, vinculadas a problemas sociais e econômicos.
Ciberespaço	Espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; virtual por não ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos.
Convergência	Integração entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, bem como de produtos, serviços e meios na internet.
Cultura participatória	Potencialidade de qualquer indivíduo se tornar um produtor de cultura, seja recriando conteúdos já existentes, seja produzindo conteúdos inéditos.
Inteligência Coletiva	Possibilidade aberta pelas tecnologias de rede de aumentar o conhecimento produzido de maneira social e coletiva.
Interatividade	Interferência e interação entre usuários, ou usuários, programas e conteúdo, em diferentes níveis e formas, nos sistemas de comunicação digital em rede
Interface	A operação das mídias digitais acontece a partir de pontos de contato “amigáveis” entre dispositivos e usuários, moldados a partir de referências culturais anteriores.
Segurança e Vigilância	Possibilidade de identificação de dados gerados nas mídias digitais em rede, ultrapassando os limites público/particular e redefinindo a noção de “privacidade”
Ubiquidade	Presença, em todos os lugares, de mídias digitais conectadas em rede, estabelecendo conexões em qualquer espaço e tempo.
Velocidade	A rapidez de conexão de dados nas mídias digitais se articula com a aceleração de inúmeras atividades, processos e acontecimentos na vida cotidiana.
Virtualidade	Dados das mídias digitais existem de maneira independente de ambientes físicos, podendo se desenvolver livres, a princípio, de qualquer barreira desse tipo.

Fonte: Elaborado principalmente a partir de Flew (2008), combinado com Gane e Beer (2008), Abercrombie e Longhurst (2008) e Chandler e Munday (2010). FONTE: (MARTINO, 2014)

Tais conceitos, combinados com o contexto citado por Martino, contribuem para o desenvolvimento da internet. Desenvolvida ao longo do século XX a partir da ideia de ser uma teia de conexões descentralizadas, sua expansão se dá na chamada Web 2.0, em 2000. Este termo foi cunhado em 2005 por Tim O'Reilly com a finalidade de definir o grau elevado de interação e produção de conteúdo pelos usuários (MARTINO, 2014). O cenário possibilitou entender a comunicação nas mídias digitais como um ato político.

As mídias digitais possibilitaram ao mesmo tempo uma transposição e uma transformação dessas noções de política. Na medida em que se misturam com a vida e alteram as relações sociais, se articulam também com as possibilidades de ação política nos vários sentidos da palavra, agregando novas dimensões à questão. (MARTINO, 2014, p.85).

A partir dos chamados Estudos Culturais Britânicos de Pramod K, Luís Mauro Martino estuda a cultura no ciberespaço, sinalizando como marcas as tensões, dinâmicas e os conflitos presentes em nosso cotidiano. Tais estudos, segundo ele mesmo, partem da premissa de que práticas cotidianas fazem parte da cultura, logo, são elas elementos fundamentais na formação da identidade das pessoas, resultado de interações sociais. Nessa ótica, assumir uma identidade cultural é um ato político (MARTINO, 2014), logo, a tecnologia é uma ação política, já que quem a domina passa a exercer um modo de poder contemporâneo. “Enquanto as culturas determinam quais formas de tecnologias serão desenvolvidas, essas tecnologias, por seu turno, dão forma à cultura” (NAYR apud MARTINO, 2014).

Vários são os fatores que influenciam na formação da identidade, como política, religião, faixa etária, etnia e questões de classe social. Estes tópicos estão vinculados à cultura e, independentemente de estarem ou não em meio a tensões, todos migram para o ciberespaço, configurando-se num espaço dinâmico de conflitos de representações, do qual surgem as redes sociais. Embora o termo seja geralmente utilizado online, a noção de “redes sociais” é um conceito das Ciências Sociais para explicar alguns tipos de relações pessoais.

Redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais [...] Entre outros elementos, redes são definidas por seu caráter horizontal, desprovido de uma hierarquia rígida. (MARTINO, 2014).

A estrutura de uma rede é concebida por atores, associados à “ação”, não necessariamente pessoas, que se conectam em nós. Segundo Martino (2014), “em uma rede, as relações entre seus participantes dão o tom de seu funcionamento mais do que características específicas de cada um”, dessa forma, o caráter relacional destas mídias se denota como característica principal, possibilitando uma compreensão das formas de interação social, afinal, quem participa das redes online são pessoas conectadas às redes do mundo desconectado, e os ruídos entre os dois ambientes são inevitáveis.

Quero deter-me a considerar o desenvolvimento das redes sociais digitais que estão a contribuir para a aparição duma nova ágora, duma praça pública e aberta onde as pessoas partilham ideias, informações, opiniões e podem ainda ganhar vida novas relações e formas de comunidade [...] O desenvolvimento das redes sociais requer dedicação: as pessoas envolvem-se nelas para construir relações e encontrar amizade,

buscar respostas para as suas questões, divertir-se, mas também para ser estimuladas intelectualmente e partilhar competências e conhecimentos. Assim as redes sociais tornam-se cada vez mais parte do próprio tecido da sociedade enquanto unem as pessoas na base destas necessidades fundamentais. Por isso, as redes sociais são alimentadas por aspirações radicadas no coração do homem. (BENTO XVI, 2013).

Os vínculos desenvolvem a base da convivência, o que, por sua vez, estabelece a ordem nas organizações sociais. Por exemplo, na família, o vínculo principal é o afeto, enquanto nas religiões um dos vínculos principais é a fé. Nas redes sociais, este comportamento tende a ser mais fraco, pois nelas os vínculos são estabelecidos a partir de temas de interesses e valores compartilhados, devido à dinâmica, flexibilidade do meio e ao fato de que, nas redes sociais, cada uma possui uma dinâmica própria alinhada à sua característica de ação social. O e-mail por exemplo, tem dinâmica diferente do Instagram, pois, além de ser mais lento, possui mensagens maiores, o que nos leva a observar a flexibilidade das redes sociais, uma vez que, na medida em que perde ou ganha participantes em sua dinâmica, corrobora para a fluidez dos vínculos entre os indivíduos, tornando-os mais rápidos e alinhados com o interesse pessoal. Entretanto, instituições como família e religião tendem a contradizer esse paradigma, tornando os vínculos nas redes sociais mais rígidos, até porque não se muda sempre de religião nem de casamento (MARTINO, 2014, p. 55- 59).

O fenômeno das redes sociais como novo meio de comunicação massivo possibilitou uma nova forma de interagir com a realidade. Julie Atherton (2022) diz que “[...] Vivemos em um mundo digital, com as redes sociais no epicentro de uma nova realidade, em que impressões pessoais, poses e escolhas virtuais passam por uma curadoria nos perfis de redes sociais e estão se tornando ‘autoextensões’ digitais”. As redes sociais se tornaram parte do cotidiano, permitindo a mais de 45% da população mundial (3,8 bilhões de pessoas) estar ativamente conectada. “É a extensão natural da digitalização” (ATHERTON, 2022, p. 21). Para as empresas, este cenário sinaliza que as redes sociais são tópicos integrantes no processo de marketing e gestão de marca. Dessa forma, devem estar unidas ao desenvolvimento da empresa e de suas estratégias, o que exige, por resultado, uma nova configuração do profissional de comunicação, pois agora cabe a ele compreender o papel que as redes sociais desempenham nesta nova dinâmica (ATHERTON, 2022), assim como saber lidar com o seu nível de variedade e complexidade envolvida.

Os profissionais de marketing precisam embarcar na mudança para um cenário de negócios mais horizontal, inclusivo e social. O mercado está se tornando mais inclusivo. A mídia social elimina barreiras geográficas e demográficas, permitindo às pessoas se conectarem e se comunicarem, e, às empresas, inovar por meio da colaboração. (KOTLER, 2017, p.29).

Segundo Kotler (2017), os consumidores adotaram uma orientação mais horizontal a que vertical, desconfiam mais da comunicação das marcas (enquanto marketing) e atribuem maior atenção e confiança ao círculo social, em especial ao tomar decisões. Kotler, denota a busca por conselhos e avaliações, tanto no ciberespaço quanto no mundo físico, como resultado e justificativa do atual perfil do consumidor, caracterizando como social, “[...]Vemos ainda como os indivíduos agora recorrem ao Twitter para saber as últimas notícias a partir de outros cidadãos, quando no passado uma grande rede de televisão como a CNN seria o canal confiável.” (KOTLER, 2017).

A obra de Kotler destaca que diversas são as maneiras de se conectar socialmente com a internet, dada a variedade de redes sociais, mas o protagonismo do “Marketing 4.0” está na contribuição nos novos formatos de criação de conteúdo (exemplos: e-books, infográficos, jogos, vídeos e até filmes). “Autores independentes criam páginas na web e publicam e-books. Músicos e cineastas independentes criam sucessos comerciais tornando-se youtubers e gerando conteúdo na plataforma de compartilhamento de vídeos” (KOTLER, 2017). Este novo modo de se conectar contribui para vários setores na economia, como:

[...] varejo (comércio eletrônico), transportes (veículos automatizados), educação (cursos abertos on-line), saúde (prontuários eletrônicos e medicina personalizada), bem como interações sociais (redes sociais). [...] Ela trouxe a conectividade peer-to-peer (ponto a ponto) e empoderou os consumidores, que se tornaram muito mais espertos e bem-informados do que no passado. (KOTLER, 2017, p.69).

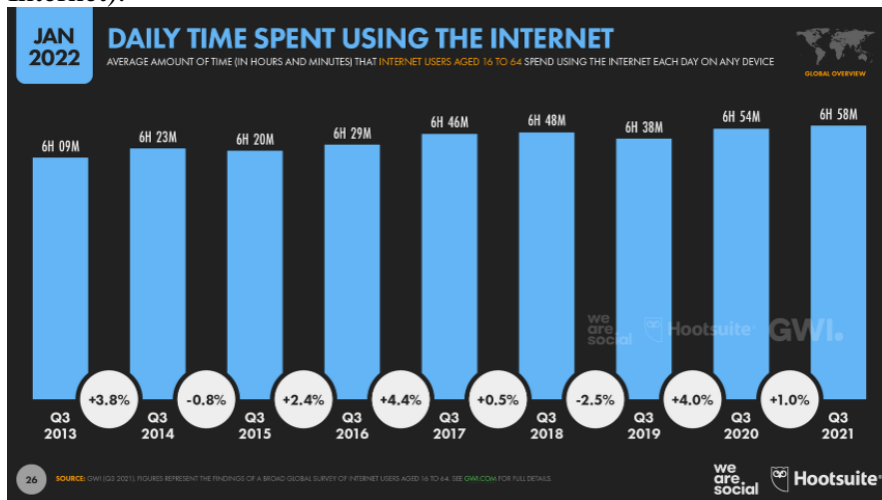
O gráfico “Data Never Sleeps 9.0” (Figura 01) de 2021, da plataforma DOMO, evidencia um pouco dessa mudança de comportamento gerada pelas redes sociais a partir da leitura dos fatos que correm em um minuto na internet. Um usuário global típico, gasta em média de 7 horas por dia na internet, ou seja, se for levado em consideração que este mesmo usuário dorme em média de 7 a 8 horas por dia, 40% de sua vida passa online, conforme ilustra a Figura 02.

Figura 1 – Gráfico “Data Never Sleeps 9.0”



Fonte: DOMO, 2011⁹

Figura 2 – “Daily Time Spent Using The Internet” (trad. Tempo diário gasto usando a Internet).



Fonte: WE ARE SOCIAL, 2022¹⁰

Na medida em que a comunicação se encontra cada vez mais horizontal nessa economia digital, a interação virtual por si só não basta e por isso, a comunicação agora precisa realizar abordagem que combine a interação on-line com a off-line. Nesse sentido, as marcas passam a desempenhar uma nova função no ciberespaço, haja visto que, segundo Kotler (2017), marca é um conjunto de imagens que serve como um reservatório que armazena valores gerados pelas

⁹ Disponível em: <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-9>. Acesso em: 15 out. 2022

¹⁰ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. Acesso em: 15 out. 2022

campanhas de uma empresa ou ações de uma instituição, exemplo disso são o logotipo e slogan e, de mesmo modo, é a figura do Papa para a Igreja Católica, todavia, nesse aspecto, marca é uma percepção. Portanto, uma marca pode servir de plataforma para a estratégia de uma empresa, já que quaisquer atividades em que ela se envolva estarão associadas à marca. Na obra *Paixão e significado da marca* (BENDER,2017), argumenta-se que a comunicação do marketing deste século é menos racional e muito mais emocional, deste modo fazendo uma crítica ao Marketing 3.0 de Philip Kotler (que foi menos vertical e com interações mais horizontais entre as marcas e seus consumidores). Para Arthur Bender (2017, p.28), vivemos um momento em que marketing deve ser orientado e sustentado pelos consumidores, de forma que busque a verdade, a integridade, a espiritualidade e que atribua significado relevante para as relações. Nessa linha de raciocínio, marcas passam a ter um propósito maior no negócio, influenciando diretamente na comunicação, pois isso exige relação entre consumidor e negócio, pessoa e marca, o que necessita para Artur Bender:

Um propósito que seja maior que o seu negócio e que funcione como uma grande bandeira em torno do posicionamento. uma bandeira que seja mobilizadora e transformadora para os seus públicos a ponto dá marca tornar-se referência e guia em meio ao caos do mercado. Mas uma bandeira que não se limite a ser apenas uma bandeira e sim, o grande propósito da organização. (BENDER, 2017, p.183).

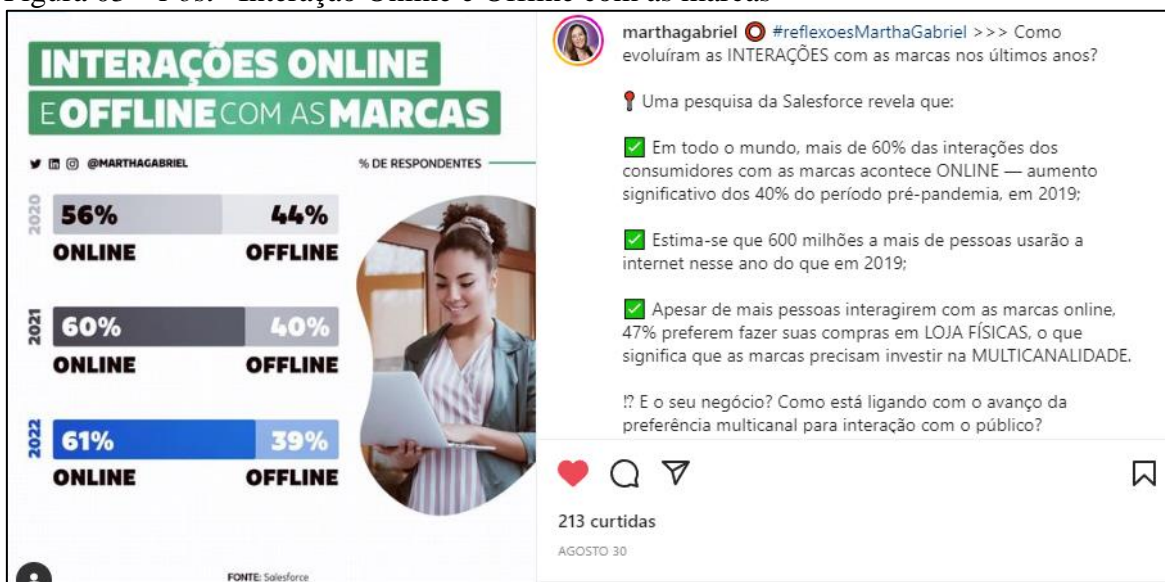
O autor ainda nos diz que, se existe uma marca de sucesso, também existe muita paixão envolvida. E a paixão na visão do autor é essa emoção presente nas relações entre marcas e negócios, que norteiam relações na comunicação e que não podem ser escondidas, nem sufocadas. Entretanto, para consolidar marcas fortes é necessário tempo, trabalho, dedicação e participação dos líderes em todo o processo, por isso, como já mencionado, o marketing não pode construir uma marca sozinho, é necessário a integração do ciberespaço com o mundo físico e cada colaborador deve contribuir para a melhoria do processo. Essa soma permite que a imagem se fortaleça a cada dia, o que exige posicionamento claro e coerente. Segundo KOTLER (2017, p.74), “o posicionamento da marca é basicamente uma promessa atraente que os profissionais de marketing transmitem para conquistar corações e mentes dos consumidores”. No estágio inicial de interações, o marketing tradicional é importante, pois promove a consciência e o interesse. Todavia, à medida que se exigem interações e relacionamentos mais próximos, aumenta a importância do marketing digital.

Estabelecer um ponto de contato com os seus consumidores, é o ponto principal na construção de uma marca forte, como se pode observar no caso do Papa como ponto de contato da Igreja Católica. Existem outros exemplos, como Bill Gates com a Microsoft, Steve Jobs com a Apple e o Silvio Santos com o SBT. Eles exercem papel fundamental e insubstituível no

desenvolvimento de uma marca forte, pois representam formas de interação com os stakeholders, seja por meio das redes sociais, ou meios físicos, ao ponto que muitas vezes acabarem por serem entendidos como algo além de representação da marca. Todos esses pontos contribuem para a experiência ao usuário, um ponto relevante obra Marketing 5.0 (KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I., 2021).

Todos esses fatos contribuem para uma jornada híbrida do cliente o que demanda uma abordagem “onipresente” conforme evidencia a Figura 03, demandando uma experiência do cliente high-tech e high-touch. “Uma pesquisa da McKinsey revelou que 44% dos clientes no mundo inteiro adotaram o webrooming (busca on-line e compra na loja física), ao passo que 23% optaram pelo showrooming (experiência na loja física e compra on-line)” (KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I., 2021, p.123).

Figura 03 – Post “Interação Online e Offline com as marcas”



Fonte: Página da Martha Gabriel no Instagram (SALESFORCE apud GABRIEL M., online, 2022)¹¹

Analisar a comunicação digital a partir das transições de marketing presentes nas principais obras de Philip Kotler é de enorme contribuição para este trabalho. Em Marketing 3.0 (KOTLER, 2010), observa-se uma comunicação centrada no ser humano, as empresas passam a construir diferenciações baseadas em valores, pois o consumidor buscava nas marcas escolhidas não apenas uma satisfação, mas também gratificação espiritual, nesse momento, o foco já não está mais no produto. Já no Marketing 4.0 (KOTLER, 2016), nota-se uma transição na comunicação e seus meios, estabelecendo uma diferença entre “marketing no mundo digital” e “marketing digital”, pois ainda há pessoas que não possuem acesso à internet, por isso de uma

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ch477DfgWRO/> . Acesso em: 01 set 2022.

abordagem “onicanal” (tanto on-line quanto off-line). No Marketing 5.0 (KOTLER, 2021), o marketing possui os elementos de centralidade humana (Marketing 3.0) aliado ao empoderamento tecnológico do Marketing 4.0. Por definição, busca aplicar tecnologias que mimetizam o comportamento humano para criar, comunicar, entregar e aumentar o valor ao longo da jornada do cliente.

A comunicação apresentada pelo Marketing 5.0 de Kotler (2021) se dá diante de três desafios: o abismo entre gerações, a polarização da prosperidade e o fosso digital. Um dos temas cruciais da obra é o que chamamos de next tech, (agrupamento de tecnologias que estimulam as capacidades humanas do profissional de marketing), apesar da ênfase atribuída à tecnologia, a humanidade continua sendo o foco central do Marketing 5.0. Nesse aspecto, as tecnologias surgem para contribuir, porém só um ser humano é capaz de compreender outro.

A comunicação digital, por meio das redes sociais, toma proporções cada vez maiores, ignorar isso é ignorar a realidade. Segundo KOTLER:

Em 2020 havia quase 5 bilhões de usuários da internet. É um número que continua a crescer a uma taxa de 1 milhão de novos usuários por dia, segundo estimativa da agência de marketing We Are Social. Portanto, chegar a 90% de penetração global vai levar mais uma década. Em 2030 haverá mais de 8 bilhões de usuários da internet em todo o planeta, o que representa mais de 90% da população mundial. (KOTLER, 2021, p 67).

Portanto, tais tecnologias não servem mais para realizar apenas a comunicação entre pessoas. Agora, no novo mundo, a internet das coisas (IOT) ganhou espaço, pois, além de conectar as pessoas, a internet conecta aparelhos e máquinas, e essa mesma tecnologia tem sido empregada às next tech, possibilitando às pessoas o compartilhamento de experiência, levando-os a um outro nível de comunicação. A tecnologia interligada possibilita aos seres humanos transformar a experiência do usuário em algo mais produtivo e com valor, permitindo a estes se comunicarem não somente com pessoas, mas também com aparelhos, máquinas, automóveis e até, consigo mesmo. (KOTLER, 2021).

3.1 IGREJA CATÓLICA E COMUNICAÇÃO: CULTURA DE EVANGELIZAÇÃO

A igreja é pura comunicação e sua missão é comunicar. Tendo em vista que a comunicação é o processo de tornar algo conhecido, como já citado, a missão da Igreja é apresentar Jesus Cristo.

No prólogo do Evangelho de João, lemos: “No princípio existia a Palavra, e a Palavra estava junto de Deus, e a Palavra era Deus” (Jo 1,1). Deus é a Palavra, o Verbo, que existe desde sempre. Deus é, desde o princípio, comunicação. A comunhão da Trindade (Pai, Filho e Espírito Santo) é a comunicação perfeita. É essa comunicação que está em Deus (que é Deus) e gera vida. Se recordarmos a narração da criação do mundo no livro do Gênesis (1,1-2,4), veremos que tudo nasce da Palavra: “Deus disse... e assim foi”. A palavra é criadora, na medida em que separa, distingue e põe ordem. Deus cria todas as coisas comunicando, dando nome, narrando. A comunicação cria, gera vida. A comunicação é vida. (...) A Trindade, portanto, é perfeita comunicação, assim como Jesus Cristo é o comunicador perfeito, pois estabeleceu a “comunhão” (= comunicação) entre a divindade e a humanidade. (ZANON, 2021).

Portanto, a relação da Igreja com a comunicação não é de hoje. Essa relação, em seus primeiros anos, foi marcada por uma relação de desconfiança, mas também de uma dimensão dialógica, tradição oral e concepção itinerante, isso pode ser visualizado no episódio em que Jesus, em pessoa, envia seus discípulos com a missão de anunciar a mensagem de salvação e transmitir os ensinamentos de Cristo (“Vão pelo mundo todo, proclamem o Evangelho a toda criatura”. Mc 16,15), por meio de uma comunicação oral. Assim como o episódio de Pentecostes, narrado na Bíblia, é o maior símbolo da comunicação universal em que a Igreja é chamada a concretizar, desse modo, cabe a ela falar todas as línguas, especialmente a digital no mundo contemporâneo.

Ademais, com o passar do tempo, algumas problemáticas, como o martírio de cristãos, surgem. Essas situações unidas à dificuldade de fazer a mensagem do Evangelho chegar do Ocidente ao Oriente é o que leva os cristãos a fixarem seus conhecimentos de maneira escrita, dando início às primeiras cartas (a primeira carta de Paulo aos Tessalonicenses é o primeiro escrito do Novo Testamento).

Alguns séculos depois, a Igreja confronta uma série de mudanças, tais como a passagem de Igreja perseguida à Igreja oficial, da espontaneidade à normatização, da rede horizontal à pirâmide hierárquica, da tradição oral à escrita e passagem da comunicação das praças e casas familiares para o interior dos templos sagrados. Todas essas mudanças motivaram a ela desenvolver maior organização, autonomia e sistematização dos seus conteúdos, todavia, com esses novos moldes, a interação com o público não ocupa mais papel central. Diferentemente das praças, no púlpito¹², apenas o comunicador fala de modo maestral, o que reflete numa diminuição da “escuta” do receptor da mensagem. Assim, dá-se início a uma nova lógica comunicativa, que perdurou por tempos e que trouxe hegemonia à Igreja Católica.

Com o passar do tempo, a Igreja mudou progressivamente sua postura. Os livros tornaram-se os principais meios de comunicação de massa e os “estúdios” ocuparam o lugar

¹² Tribuna destinada à pregação de sermões religiosos

dos púlpitos, possibilitando, assim, uma comunicação unidirecional, interpessoal e que transcende os limites do tempo (ZANON, 2021). Porém, com o aumento da produção dos livros, os papas passaram a se manifestar desconfiança e contrários às práticas de corrupção da fé e assim, em 1479, surge o primeiro documento oficial da Igreja, o *Accepimus Litteras Vestra*, do papa Sisto IV (1414-1484). Já no papado de Leão XIII (1810-1903), a Igreja inicia um processo de mudança nos meios de comunicação em massa, pois, agora, estes ocupam um papel importante na evangelização. Na encíclica *Imortale Dei* (1885), o então papa convoca as dioceses a terem seus próprios semanários e os presbíteros a serem protagonistas na imprensa a fim de combater as ideologias anticlericais da época, formar os fiéis a respeito dos novos meios e, evidentemente, evangelizar. Dessa forma, a Igreja se estabiliza nos estúdios, refletindo diretamente no aumento dos jornais diocesanos, editoras católicas e salas paroquiais de cinema, resultando numa nova mentalidade acerca dos meios de comunicação.

Em 30 de janeiro de 1949, o então Papa Pio XII institui a Comissão Consultiva e de revisão eclesiástica de filmes. Todavia, em 1950, a comissão torna-se Pontifícia Comissão para a Cinematografia e vê o seu campo de ação alargado, o que implicou para sua mudança em 1954, tornando-se a Pontifícia Comissão para o Cinema, a Rádio e a Televisão.

Já em 1959, o então Papa João XXIII juntou-se à Comissão e colocou a nova Cinemateca do Vaticano sob sua autoridade. Desse modo, a Pontifícia passou a desenvolver um papel importante para o que seria o Concílio Vaticano II e, em 2 de abril de 1964, o Papa Paulo VI ampliou a área de competência da Comissão para a imprensa diária, transformando assim a Pontifícia Comissão para o Cinema, a Rádio e a Televisão, para Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais. Esta, em virtude da sua atuação, representa um importante marco na relação Igreja-comunicação, a exemplo das transmissões das principais cerimônias do Vaticano, sua autoridade sobre a nova sala de imprensa da Santa Sé e organização das Jornadas Mundiais das Comunicações Sociais.

No Concílio Vaticano II, surge a mais profunda mudança de paradigma do magistério acerca da comunicação na Igreja, o documento *Inter Mirifica* (1963). Esse documento reflete a abertura da Igreja à comunicação de massa, tratando os meios de modo integral e completo. Dessa forma, a Igreja passa a ter a comunicação como um apostolado eclesial, assumindo-a como espaço de missão.

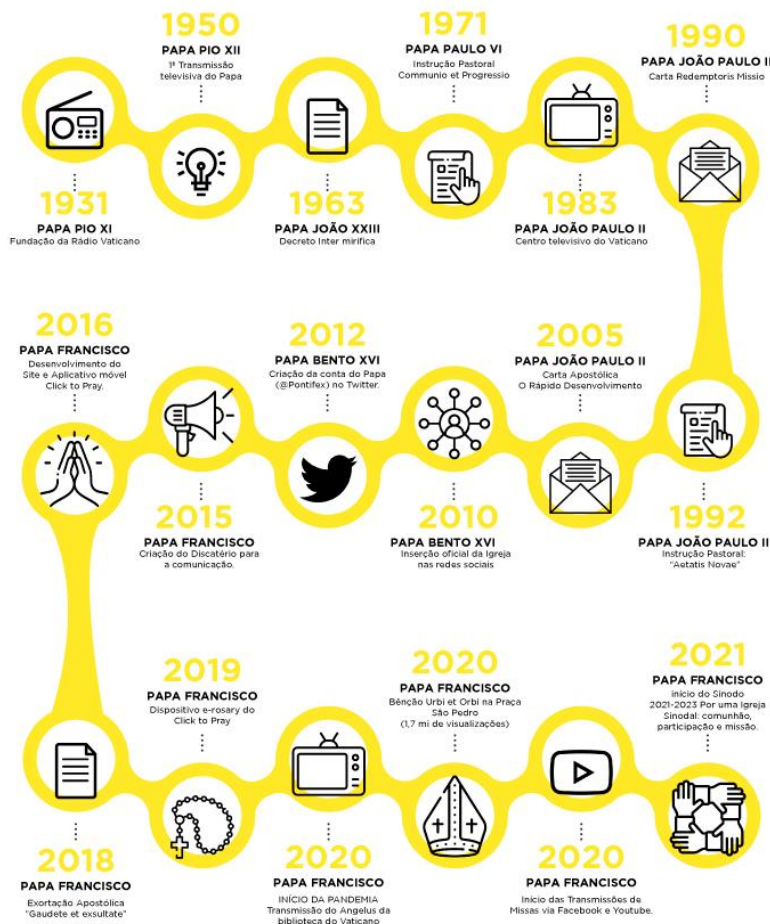
O mérito do decreto *Inter Mirifica* é enfatizar que a Igreja deve usar os meios de comunicação para a evangelização, deve adaptar-se às novas tecnologias, assumi-las, o que causou certa perplexidade e espanto em muitos padres capitulares. Por meio do *Inter Mirifica*, o Concílio Vaticano II solicitou a instituição do Dia Mundial das Comunicações (marcado por especial mensagem do papa) e do Pontifício Conselho

para a Comunicação Social, hoje englobado no Dicastério para a Comunicação. É esse conselho que irá elaborar os documentos *Communio et Progressio* (1971) e *Aetatis Novae* (1992), fundamentais no estudo da comunicação eclesial. No mesmo período, os documentos de Paulo VI e João Paulo II consolidaram a ideia de comunicação como cultura e a necessidade de inculturar o Evangelho nesse ambiente. (ZANON, online, 2021).

Em fevereiro de 1988, no papado de São João Paulo II, a Comissão Pontifícia transforma-se em Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. Somente no pontificado atual, como parte da reestruturação da comunicação da Santa Sé implementada pelo Papa Francisco, o Conselho Pontifício é colocado sob a responsabilidade da nova secretaria de comunicação em 29 de junho de 2015, o Dicastério para a Comunicação, o qual, por sua vez, centraliza toda a comunicação da Santa Sé e do Estado da Cidade do Vaticano.

Com o decorrer do tempo, nota-se que a Igreja passou a estar presente na internet, de uma ótica neutra e cheia de desconfiança, a uma positiva dos meios de comunicação, conforme ilustra a linha do tempo a seguir.

Figura 04 – “Desenvolvimento da Comunicação na Igreja Católica, de 1950 a 2021”.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Portanto, é possível observar que, atualmente, a universalização da comunicação possibilitou às pessoas expressarem o que pensam e sentem e nesse contexto o Papa Francisco chama a atenção para a responsabilidade de cada comunicador, a fim de que conservem a verdade presente no Evangelho, em oposição ao exemplo daqueles que se dizem católicos, mas que utilizam das redes sociais para manifestar ódio contra o clero, condenar práticas e disseminar *fake news*. Toda essa situação levou o Papa a realizar uma exortação sobre santidade, cujo documento aborda o fenômeno de modo a contrapor essa postura.

Pode acontecer também que os cristãos façam parte de redes de violência verbal através da internet e vários fóruns ou espaços de intercâmbio digital. Mesmo nos media católicos, é possível ultrapassar os limites, tolerando-se a difamação e a calúnia e parecendo excluir qualquer ética e respeito pela fama alheia. Gera-se, assim, um dualismo perigoso, porque, nestas redes, dizem-se coisas que não seriam toleráveis na vida pública e procura-se compensar as próprias insatisfações descarregando furiosamente os desejos de vingança. É impressionante como, às vezes, pretendendo defender outros mandamentos, se ignora completamente o oitavo: “não levantar falsos testemunhos” e destrói-se sem piedade a imagem alheia. (115 EXORTAÇÃO APOSTÓLICA GAUDETE ET EXSULTATE).

O Papa demonstra-se preocupado com esta realidade e, diante da comunicação verticalizada da Igreja Católica, o Dicastério para a Comunicação, fundado em julho de 2015 por ele, exerce uma função importante na comunicação da Igreja em combate a essa situação descrita, pois, sendo uma divisão da Cúria Romana, possui autoridade sobre comunicação da Santa Sé e do Vaticano (enquanto cidade-Estado) podendo, assim, desenvolver uma comunicação assertiva e fiel à Doutrina da Igreja Católica.

Segundo explica o padre Arnaldo Rodrigues (pesquisador de comunicação do Vaticano), em entrevista cedida ao canal de Youtube Revi (online, 2021¹³), o Dicastério para a Comunicação centraliza a comunicação da Igreja e as distribui por meio do Vaticano Media e Vaticano News. O Vatican Media aborda o que diz respeito à produção de conteúdo do Papa e da Santa Sé, enquanto o Vatican News se relaciona à produção de outros conteúdos, como textos e artigos, evidenciando a Igreja em sua universalidade e trabalhando numa linha editorial cuja finalidade é a imagem da Igreja.

O padre explica que as pautas são realizadas diariamente numa reunião de 15 a 20 minutos, quando se expõe as principais ações do dia e se discute os tópicos mais relevantes. Embora a assessoria receba informações do mundo inteiro, a sua seleção e manutenção é realizada através de um processo próprio e, somente após essa etapa, os conteúdos são traduzidos para nove idiomas e divulgados para o mundo inteiro após a aprovação do Papa e do

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ELFc0S65PoM>>. Acesso em: 13 out. 2022

Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (em virtude de suas relações diplomáticas). As notícias que dizem respeito a um país específico são divulgadas de maneira diferente nas páginas do Vatican News.

Nesse contexto, negligência seria não indicar o fundamental papel que as pastorais de comunicação (PASCOM) exercem na Igreja, tanto na disseminação de conteúdos quanto historicamente. Segundo o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil (n. 244),

Pascom estrutura-se a partir dos documentos da Igreja, dos estudos e pesquisas na área da comunicação e das práticas comunicativas vividas e experienciadas pelas comunidades e grupos, convertendo-se em um eixo transversal de todas as pastorais da Igreja. Para que a comunicação encontre espaços para anunciar a todos a Boa Nova de Jesus Cristo, é necessário que a Pascom ocupe um lugar específico de atuação na vida eclesial, que lhe permita irradiar as ações próprias do campo da comunicação com sentido pastoral. A expressão “Pastoral da Comunicação” nasce da junção de duas realidades que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. O universo da comunicação abrange as distintas dimensões da realidade humana, enquanto o universo da pastoral envolve a dimensão sócio eclesial, relacionada aos diferentes ambientes da Igreja em sua missão de evangelizar.

O desejo do Papa Francisco é a utilização das mídias sociais como uma ponte que una as pessoas, para estabelecer verdadeiras relações e possibilitar a cultura do encontro, abordada como “Ação Comunicativa” por Habermas (apud RÜDIGER, 2011, p.100). Portanto, cabe ao cristão não temer estar presente nas redes sociais, pois não se trata de uma falsidade, mas sim de uma verdade, cujo fim último é o estabelecimento de relações autenticamente verdadeiras, entre pessoas, países e culturas.

O mundo da vida é, por assim dizer, o lugar transcendental no qual o falante e o ouvinte saem ao encontro; no qual podem colocar a pretensão de que suas emissões concordam com o mundo (objetivo, subjetivo e social); e em que podem criticar e exibir os fundamentos destas pretensões de validade, resolver suas discordâncias e chegar a um acordo. (Habermas, 1987, v. 2, p. 179 apud RÜDIGER, 2011, P.103).

Na entrevista cedida ao canal do Youtube, o pároco, responsável pelas redes sociais do Papa, descreve o Twitter como um caminho de aproximação das pessoas com o sumo pontífice. Ele explica que a equipe do Vatican News é responsável pela conta do Papa no Instagram (@franciscus) e no Twitter (@Pontifex), esta equipe também tem a função de traduzir os textos e realizar as publicações, porém quem redige o conteúdo é o próprio Papa. Nesse sentido, é indubitável não reconhecer a criação da conta do Papa no Twitter em 2012 pelo então Papa Emérito Bento XVI como um dos principais marcos da Igreja em sua comunicação.

As pessoas se sentem realmente como se o papa estivesse respondendo e de uma certa forma, o papa acaba respondendo porque o papa ao escrever uma mensagem no Twitter, ele está falando da sociedade numa realidade concreta, e as pessoas correspondem na sua resposta pedindo que o papa reze por elas, ou, dizendo que estão

rezando pelo papa e põe as suas intenções e isso nos transmite a uma realidade das Igrejas no mundo inteiro. Então eu creio que o Twitter é um caminho, é um meio, de fazer essa aproximação, ou como mesmo papa diz, essa cultura do encontro que ele ressalta sempre na comunicação.

No ano de 2019, o Pontífice foi o segundo líder mundial mais seguido na rede social¹⁴, ficando atrás somente do então presidente do Estados Unidos, Donald Trump. Nessa época, os brasileiros se destacavam pela sua relação engajada com a conta do Papa. “O engajamento dos brasileiros nas mídias do papa e do Vaticano é um reflexo disso. Nas redes do Vaticano, os brasileiros estão em primeiro lugar entre os que mais têm acesso”, afirma o padre Arnaldo Rodrigues em entrevista ao *Época* (LIBÓRIO, B., online, 2019). Atualmente, como mostra a Tabela 2, o Papa possui a seguinte quantidade de seguidores em cada uma das versões de sua rede social no Twitter.

Tabela 2 – Número de seguidores em cada conta do Papa Francisco no Twitter

Conta	Idioma	Número de seguidores	Data de apuração
@Pontifex	Inglês	18,9 Milhões	15/11/2022
@Pontifex_es	Espanhol	18,9 Milhões	15/11/2022
@Pontifex_it	Italiano	5,3 Milhões	15/11/2022
@Pontifex_pt	Português	5,1 Milhões	15/11/2022
@Pontifex_fr	Francês	1,7 milhão	15/11/2022
@Pontifex_pl	Polonês	1 Milhão	15/11/2022
@Pontifex_in	Latim	1 Milhão	15/11/2022
@Pontifex_de	Alemão	680,2 mil	15/11/2022
@Pontifex_ar	Árabe	548,2 mil	15/11/2022

Fonte: Elaborado pelo autor

Disso se deve ao fato de que tais tecnologias não servem mais para realizar, apenas, a comunicação entre pessoas. Agora, no novo mundo, a internet das coisas (IOT) ganhou espaço, pois conecta pessoas, aparelhos e máquinas e, como tecnologia empregada na next tech, possibilita às pessoas o compartilhamento de experiência, levando-as a outro nível de comunicação. A tecnologia interligada possibilita aos seres humanos transformar a experiência do usuário em algo mais produtivo e com valor, permitindo se comunicarem não somente com pessoas, mas com aparelhos, máquinas, automóveis e até consigo mesmo (KOTLER, 2021).

¹⁴Disponível em: Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/segundo-lider-mundial-mais-seguido-no-twitter-papa-escreve-seus-proprios-tuites-e-nunca-caiu-em-fake-news-23639402>. Acesso em: 15 out. 2022

4 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Realizada a pesquisa bibliográfica, por meio do qual se obteve parâmetros sobre temas pertinentes ao trabalho, parte-se para a Análise de conteúdo, que, segundo Duarte (2015, p. 286), no contexto dos métodos de pesquisa de comunicação em massa, se preocupa basicamente com a análise de mensagens, semelhante à análise de discurso e semiológica. A discrepância entre elas é que somente a análise de conteúdo possui em seu caráter os requisitos de sistematicidade e confiabilidade.

Segundo Lozano (1994, p. 141-142 apud DUARTE, 2005, p. 286),

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões.

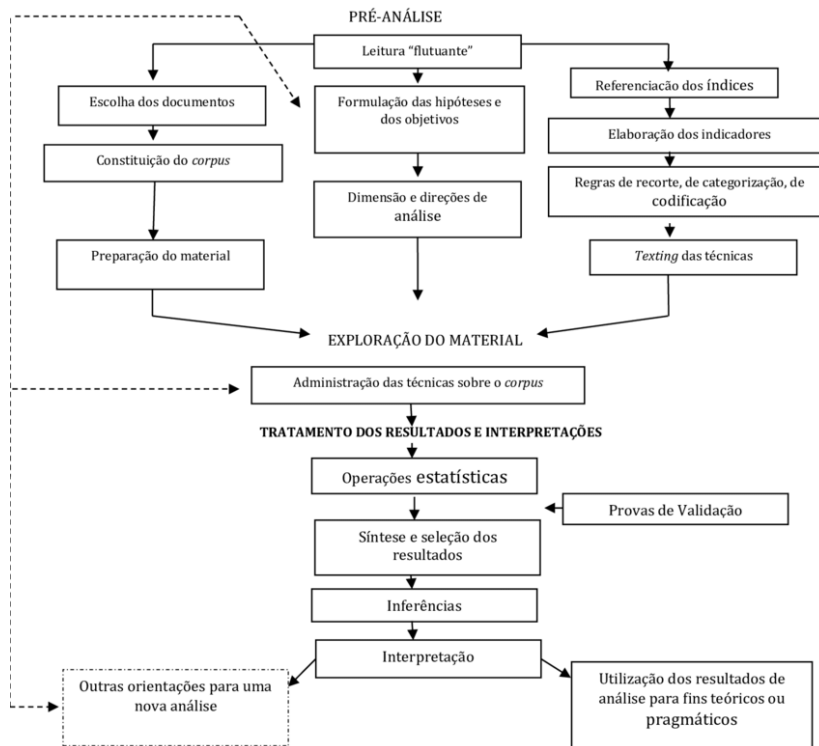
Para Krippendorff (1990, apud DUARTE, 2005), a análise de conteúdo possui três características fundamentais: sua vocação empírica e exploratória, associada a fenômenos reais; a transcendência de suas noções de conteúdo, levando em consideração a mensagem, o canal, o sistema e a comunicação, o que possibilita amplitude ao pesquisador em sua investigação; e, por fim, o diferencial de obter uma metodologia própria.

Ainda segundo Krippendorff, o pesquisador que adota essa análise necessariamente deverá considerar seis marcos de referência. O primeiro deles é o dado, tal como se apresenta ao pesquisador (elemento básico). Todavia, é necessário levar em consideração o contexto dos dados, que precisa ser delimitado e explícito pelo pesquisador, este é o segundo marco. O terceiro é o conhecimento do pesquisador e o quarto marco representa um ponto muito importante para a análise, refere-se o objetivo da pesquisa, pois está diretamente relacionado à seleção do material a ser analisado. Os outros dois marcos são a inferência como tarefa intelectual básica, que consiste em relacionar os dados obtidos com alguns aspectos de seu contexto, e a validade como critério de sucesso, pois é necessário que sejam estabelecidos critérios para a validação dos resultados, de modo que outras pessoas possam comprovar a exatidão das soluções.

Segundo a pesquisadora francesa Laurence Bardin (1977), a metodologia pode ser estruturada em cinco etapas: Organização da análise; A codificação; A categorização; A inferência; e O tratamento informático.

A organização da análise de conteúdo pode ser dividida em três fases cronológicas: Pré-análise, Exploração do material e Tratamento dos resultados obtidos e Interpretação. A primeira fase consiste em planejar o trabalho a ser elaborado, sistematizando as ideias iniciais, fase essa que é considerada uma das mais importantes por se configurar na própria organização da análise, que serve de alicerce para as fases seguintes. Na fase de Exploração, ocorre a análise propriamente dita, momento que envolve operações de codificação em função de regras previamente formuladas. Já na terceira e última fase, de Tratamento, ocorre a configuração dos resultados brutos em dados significativos e válidos. Esse momento permite estabelecer quadros de resultados, diagramas e figuras, conforme denota a Figura 05.

Figura 05 - Esquema de Bardin



Fonte: (BARDIN, 1988 apud DUARTE, 2005).

Já a codificação, segundo Duarte (2005), é o processo de transformação dos dados brutos de forma sistemática, segundo regras de enumeração, agregação e classificação, visando esclarecer o analista sobre as características do material selecionado. Essa etapa tem o propósito de estabelecer um elo entre o material a ser analisado e a teoria do pesquisador, e divide-se em três momentos: Recorte, que é a escolha das unidades de registro e contexto; Enumeração, escolha das regras de enumeração; e por fim, Classificação e Agregação. Nesta terceira etapa, devido à acessibilidade da pesquisa à população, ocorre a classificação e reagrupamento do

conteúdo em categorias, podendo seguir critérios, segundo Bardin (1977), de semântica, sintático, léxico e expressivo.

A categorização, ainda segundo Duarte (2005), consiste no trabalho de classificar e reagrupar o conteúdo em categorias, com a finalidade de tornar a pesquisa mais acessível ao resto da população. Os critérios de categorização podem ser divididos em semântico, sintático, léxico e expressivo (BARDIN, 1977).

A respeito da inferência, em virtude de estar centrada nos aspectos implícitos do conteúdo analisado, é ela o momento mais fértil da análise. Este procedimento é utilizado para descobrir as condições de produção, isto é, as variáveis presentes no contexto que dizem respeito ao conteúdo analisado, meio e emissor da mensagem. Desse modo, "o fundamento especificidade da análise de conteúdo reside na articulação entre: (a) a superfície do texto (no sentido amplo) e (b) os fatores que determinam essas características". (BARROS; DUARTE, 2005).

A quinta e última fase, que é o tratamento informático, trata-se do uso de computador e das tecnologias no tratamento do conteúdo coletado. Esse uso pode ser dividido em três tipos: as análises estatísticas (em que os dados são descritos por índices numéricos, com a finalidade de serem processados em softwares), o auxílio nos estudos e descobertas (tem por objetivo estabelecer um panorama geral de conteúdo) e a análise de conteúdo por computador (busca representar algum aspecto do contexto social dos dados, realização de inferências).

4.1. EXECUÇÃO

Para a realização deste trabalho por meio da aplicação da Análise de Conteúdo, foram levantadas as publicações que obtiveram maior engajamento na conta do Papa no Twitter português, a partir do número de retweets. Esta escolha justifica-se pelo fato dessa métrica ser uma interação específica da rede social mencionada. Sendo assim, foram separados os tweets mais retuitados de cada mês, no período de 2017 a 2019, totalizando 53 amostras.

Inicialmente, o propósito desse trabalho era analisar o recorte de oito amostras, considerando-se, para essa composição, a publicação que obteve maior engajamento no Twitter em cada ano desde em que o Papa Francisco assumiu o pontificado (2013) até o ano de 2020. Entretanto, por uma limitação da rede social, os tweets de 2016 a 2013 (ano em que a conta foi criada) não são facilmente encontrados e, como resolução para essa situação, o pesquisador optou por ampliar o recorte e diminuir o período de análise, o que proporcionou, como se lerá adiante, resultados mais assertivos sob a ótica da Análise de Conteúdo proposta por Bardin.

Sendo assim, após o levantamento dos posts, a análise foi dividida em três momentos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos vinculados à interpretação. Na primeira fase, ocorreu o reajuste do planejamento da investigação após o imprevisto anteriormente mencionado, já na segunda, a análise propriamente dita, em que, por meio do estabelecimento de tabelas, as amostras foram categorizadas conforme o calendário editorial identificado na investigação. Nesse processo de codificação foram avaliados tópicos como: Acumulação de termos, onipresença do conteúdo, consonância, semelhanças, o contexto das publicações e, por fim, a perspectiva semiótica.

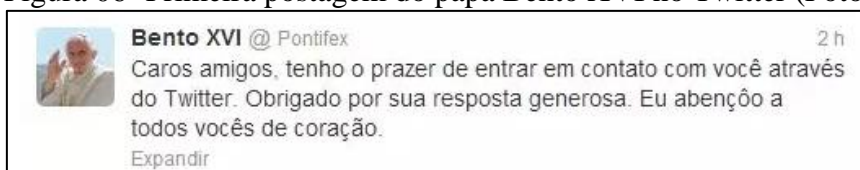
Após o recorte e categorização da análise, inferiu-se a respeito dos aspectos implícitos do conteúdo analisado e o tratamento informático dos resultados obtidos, a fim de evidenciar as descobertas realizadas durante a investigação, num panorama que se aprofunda na comunicação social, área de estudo deste pesquisador.

4.1.1. Pré-análise

A primeira amostra selecionada foi o primeiro tweet oficial da conta destinada, exclusivamente, ao Pontífice. Cabe ressaltar que não é a primeira interação do Papa com a rede social (pois este já havia utilizado a conta do @vatican para apresentar o canal de comunicação).

O primeiro tweet do papa foi escrito em inglês foi postado no dia 12 de dezembro de 2012. O pontífice enviou o texto de um tablet na qual já estava escrita a frase de seu primeiro tweet e, após o clique, milhares de fiéis que foram à Audiência Pública o aplaudiram.

Figura 06- Primeira postagem do papa Bento XVI no Twitter (Foto: Reprodução)



Fonte: Papa Bento XVI publica seu primeiro post no Twitter, online, 2012.¹⁵

Segundo o porta-voz vaticano da época, o papa responderia a três perguntas escolhidas entre as enviadas por seguidores dos cinco continentes por meio da tag #askpontifex. De acordo com a nota divulgada pela Santa Sé (online, 2012¹⁶), explica que:

¹⁵ Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2012/12/papa-bento-xvi-publica-seu-primeiro-post-no-twitter.html>. Acesso em: 13 out. 2022.

¹⁶ Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/papa/bento-xvi-envia-seu-primeiro-tweet/>. Acesso em: 10 out. 2022.

A presença do Papa no Twitter é uma expressão concreta de sua convicção de que a Igreja deve estar presente no mundo digital. [...] A presença do Papa no Twitter representará sua voz como unidade e guia para a Igreja, mas constituirá também um urgente convite a todos os crentes a exprimir as suas 'vozes', a envolver os seus respectivos 'seguidores' e 'amigos', e compartilhar com eles a esperança de um Evangelho que fala do incondicional amor de Deus por cada homem e mulher.

Na época, estava alinhado que o Papa não enviaria mensagens diretamente, somente seus colaboradores com o seu consentimento e autorização. Porém, em 13 de março de 2013, em um contexto de incertezas religiosas, denúncias de pedofilia na Igreja Católica e abrupta renúncia do Bento XVI, o cardeal latino-americano, Jorge Mario Bergoglio, foi eleito Sumo Pontífice, assumindo então o nome de Francisco.

Contudo, a opinião pública não poderia mensurar que o sucesso do atual pontificado se tornaria sinônimo de credibilidade e proximidade, no que diz respeito ao contato com as pessoas, comparado ao período de Bento XVI. [...] Desse modo, Papa Francisco, em um tempo rápido, assumiu uma liderança, baseada em posições éticas, políticas e sociais, que o levou a pautar agendas temáticas da mídia, sobretudo as expectativas que dizem respeito ao catolicismo. Contudo, esta visão não está alicerçada, num primeiro momento às estratégias de comunicação do Vaticano, mas, de maneira muito profunda, à personalidade comunicativa de Francisco que conseguiu, a partir de seus gestos cotidianos, revalorizar ocasiões em que poderiam passar despercebidas por atos protocolares.[...] Portanto, se poderia verificar que Francisco é a encarnação institucional, ao mesmo tempo em que funciona como mecanismo que renova a instituição (cf. LORUSSO; PEVERINI, 2017, p. 8) [...]. No seu carisma acaba por redefinir, enquanto função simbólica, os valores universais reconhecidos mesmo por aqueles que não pertencem ao catolicismo. [...] São pelos seus gestos, palavras, sobretudo pela sua capacidade de não se adequar à ritualidade, que se constrói um sentido compartilhado, carregado de legitimidade social e relevância. (SIMON, 2019, p. 63).

A partir dessa visão, é que decidiu-se centrar a análise em investigar o quanto dessa personalidade de Francisco descrita por Simon (supra cit.), se constata na cibercultura a partir de suas ações diárias, no período de 2017 a 2019. Antes, porém, de abordar ações relativas ao seu pontificado, se faz necessário compreender um pouco da linha editorial e principais tópicos abordados em sua comunicação no Twitter e, nesse sentido, averiguou-se que sua linha editorial está centrada em quatro principais tópicos, são eles:

- Conteúdo devocional: Neste momento, a mensagem é exclusivamente católica, por exemplo: Bênçãos, orações, mensagem dedicada ao santo do dia, feriados católicos e breve texto que diz respeito ao calendário litúrgico.
- Conteúdo com abordagem humana-cristã: Já aqui as mensagens não são explicitamente associadas à fé católica, mas sim aos valores cristãos e humanos, conforme constata Simon (2019) ao associar Francisco ao cotidiano, discorrendo, sobretudo, na sua capacidade de não se adequar à ritualidade, porém, transmitindo uma mensagem carregada de legitimidade social e relevância, gerando, assim, um sentido compartilhado.

- Conteúdo com cunho social: As mensagens aqui estão mais ligadas à postura de Francisco enquanto chefe de Estado do Vaticano. Sua opinião acerca das ações políticas ao redor do mundo, manifestos no que diz respeito aos acontecimentos e tragédias e, por fim, sua posição em relação às ações mundiais que contrariam, ou não, os valores defendidos pelo Papa e pela Igreja Católica.

- Conteúdo a respeito de suas ações: Aqui, os tweets se preocupam em comunicar as principais ações, encontros, eventos e viagens em que o Papa está envolvido, a fim de desenvolver uma Igreja (enquanto leigos, presbíteros e bispos) que caminhe em unidade com o Sumo Pontífice.

A linha editorial da conta ratifica que, apesar de Jorge Bergoglio nunca ter sido um adepto fiel à tecnologia, ele possui uma inerente capacidade comunicativa. Um exemplo disso ocorreu em uma de suas primeiras entrevistas a uma jornalista brasileira, Ilze Scamparini, da Rede Globo, que, ao questionar Francisco sobre a lobby gay na Igreja, obteve a seguinte resposta:

Eu ainda não encontrei ninguém com o bilhete de identidade no Vaticano dizendo que é gay. Dizem que há. Eu acho que, quando alguém se encontra com uma pessoa assim, deve distinguir entre o fato de que uma pessoa seja gay e o fato de formar um lobby, porque as lobby nem todas são boas. Isso é mau. Se uma pessoa é gay e procura o Senhor e tem boa vontade, quem sou eu para a julgar? (FRANCISCO, 2013, n.p. apud SIMON, 2019).

Tal respostas denotou ao mundo que, a partir de 2013, estaria a frente da Igreja Católica uma nova abordagem de temas delicados, utilizando de uma comunicação simples e criativa, de imagens ligadas ao cotidiano das pessoas, metáforas e anedotas, semelhante à comunicação de Jesus nos Evangelhos e que, em suas parábolas, revela uma vasta utilização de exemplos ligados ao cotidiano das pessoas da época para falar de assuntos, por muitas vezes, complexos e espinhosos. Francisco já estava à frente do seu tempo, não devido a sua inadequação à comunicação broadcast presente nas mass medias (ainda eminentemente forte em 2013), mas, sim, por sua personalidade que visa uma comunicação *multicast*. O Papa não somente propõe, mas tem em si infundido a Cultura do Encontro.

Tais características não passariam despercebidas do Twitter, que tem por principal característica compartilhar e acompanhar tópicos de interesse, mas, principalmente, expressar opiniões. Segundo o descritivo do aplicativo no site do Google Play (2022):

O Twitter é um aplicativo de rede social e o lugar para saber o que está acontecendo no mundo. Das notícias internacionais aos das fofocas dos famosos, da política às tendências: o que acontece no mundo, acontece primeiro no Twitter. Encontre amigos

entre as pessoas do Twitter, ou siga influenciadores ou pensadores políticos — cada voz tem seu impacto! Converse, comente e fale sobre o que mais te interessa.

Essas características combinaram com a comunicação do Papa Francisco, o qual, com certa maestria, utiliza da rede social para sair do púlpito e, assim, construir uma comunicação interpessoal e direta, ao ponto de alcançar a marca de 40 milhões de seguidores no Twitter, tornando-se, em 2019, o segundo líder mundial mais seguido na rede social.

4.1.2. Exploração e Tratamento

Os quatro tópicos predominantes no conteúdo que compõem o recorte amostral deram origem a três principais categorias: (1) Mensagem com Abordagem Cristã; (2) Mensagem Devocional; (3) Mensagem Social.

A primeira categoria, “Mensagem com Abordagem Cristã”, refere-se aos posts cuja o conteúdo tem como base valores humanos partilhados, especialmente pelos cristãos em virtude da fé, tais como: Amor, Esperança e Paz. Esse aspecto, engloba também conteúdos ligados à espiritualidade, ainda que sua maioria não mencione o nome de nenhum dos santos católicos. Já na mensagem Devocional, os tweets geralmente tem o intuito de vincular mensagens ligadas intrinsecamente à fé, devoção e tradição católica, tais como: Dia dedicado aos santos católicos, celebrações e festas cristãs, mensagens ligadas ao evangelho do dia, bênçãos e orações. A terceira categoria, visa os conteúdos cuja o Papa se posiciona como Chefe de Estado que ele é, sem negligenciar seu papel como Vigário de Cristo, por isso, essa coluna de análise apresenta mensagens de punho social, como por exemplo: o posicionamento do Papa diante das guerras do mundo, corrida armamentista, conflitos geopolíticos e o diálogo inter-religioso.

Entretanto, nesta fase de exploração e tratamento da análise, foi possível averiguar que as mensagens do Papa, em determinadas circunstâncias, não se limitam a linha editorial, especialmente quando se analisa os tweets que obtiveram o maior número de retweets, a exemplo dos conteúdos que abordam as ações do Papa (conforme exposto na Pré-análise), que não teve nenhuma publicação com alto número de compartilhamentos no período investigado desta pesquisa, deixando as mensagens desse contexto fora da análise. Entretanto, ao levantar as amostras e categorizá-las conforme as mais relevantes, notou-se o surgimento de uma nova categoria: “Mensagens dedicadas aos jovens”. Contudo, esta categoria não faz parte da linha editorial do Papa, porém, das poucas vezes em que este escreveu à juventude, essas mensagens obtiveram êxito e por isso não poderiam ficar de fora desta análise.

Sob essa categorização, na análise do recorte amostral, o resultado obtido foi de que, de 2017 a 2019, os tweets que tiveram maior engajamento foram as mensagens com abordagem humana cristã conforme ilustrado na Tabela 3, ou seja, das 53 amostras analisados, 27 pertencem a esta abordagem, enquanto 12 possuem uma abordagem devocional, assim como 12, também, tratam da abordagem social. Dois tweets se destacaram por se tratar de um conteúdo direcionado, exclusivamente, à juventude, conforme ilustrado pelo gráfico a seguir (Figura 07).

Tabela 3 – Texto dos *tweets* mais compartilhados, de 2017 a 2019, em categorias.

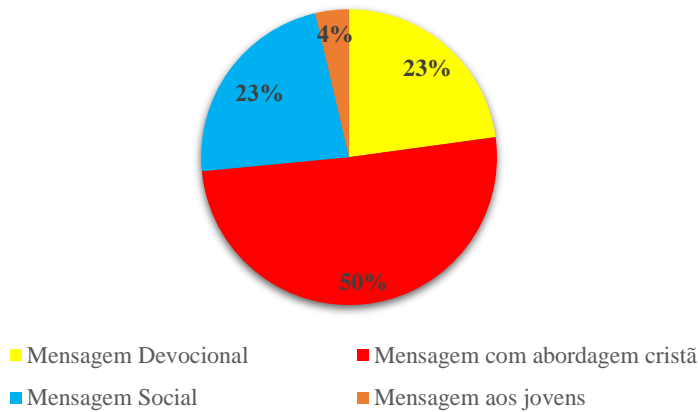
27 Amostras	12 Amostras	12 Amostras	2 Amostras
<p>Legenda:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mensagem devocional – Calendário Litúrgico, santos e bênçãos. Mensagens com abordagem cristã Mensagem social – Preocupação ambiental ou com valores humanos Mensagem direcionada aos jovens <p>Não tenham medo de chorar ao entrar em contato com situações difíceis: são gotas que irrigam a vida. As lágrimas de compaixão purificam o coração e os afetos.</p> <p>Se o mal é contagioso, o bem também é. Deixemo-nos contagiar pelo bem e contagiemos o bem!</p> <p>Somente quem sabe reconhecer os próprios erros e pedir desculpas recebe dos outros compreensão e perdão.</p> <p>O amor de Deus é a única força capaz de fazer novas todas as coisas.</p> <p>A oração é poderosa, a oração vence o mal, a oração traz a paz.</p> <p>O que seria de nós, se Deus não nos desse sempre uma oportunidade para recomeçar de novo?</p> <p>Olhe para o Cristo Crucificado, n'Ele brota a esperança que dura para a vida eterna.</p> <p>Às vezes podemos pensar que estamos sozinhos diante das dificuldades. Mas, mesmo que não intervenha imediatamente, o Senhor caminha ao nosso lado e, se continuarmos a seguir em frente, ele abrirá um novo caminho.</p> <p>Deus procura por você, mesmo que você não procure por Ele. Deus ama você, mesmo que você tenha se esquecido Dele. Deus vê em você uma beleza, mesmo que você pense ter desperdiçado todos os seus talentos em vão.</p>	<p>Jesus, Maria e José abençoem e protejam todas as famílias do mundo, para que nelas reinem o amor, a alegria e a paz.</p> <p>Boa Páscoa! Levem a todos a alegria e a esperança de Cristo Ressuscitado!</p> <p>Hoje ressoa o anúncio mais bonito: “O Senhor verdadeiramente ressuscitou, como havia previsto”. Feliz Páscoa para todos!</p> <p>A ressurreição de Cristo é a verdadeira esperança do mundo. Boa #Páscoa!</p> <p>Maria nos ensina a esperar em Deus mesmo quando tudo parece sem sentido, mesmo quando Ele parece estar escondido.</p> <p>Que a figura de são José, o humilde trabalhador de Nazaré, nos oriente em direção a Cristo, sustente o sacrifício daqueles que praticam o bem e</p>	<p>Não pode existir paz verdadeira, se cada um reclama sempre e somente o próprio direito, sem se preocupar com o bem dos outros.</p> <p>Quem não sofre com o irmão sofredor, mesmo se diferente dele por religião, língua ou cultura, deve interrogar-se sobre a própria humanidade.</p> <p>Exorto vocês a não criarem muros, mas pontes, a vencerem o mal com o bem, a ofensa com o perdão, a viverem em paz com todos.</p> <p>A mulher embeleza o mundo, o protege e o mantém em vida. Traz a graça que faz novas todas as coisas, o abraço que inclui, a coragem de doar-se. #DiaInternacionalDaMulher</p> <p>Torturar pessoas é um pecado mortal! As comunidades</p>	<p>Queridos jovens, gostaria de dizer a cada um de vocês: Deus ama você; nunca duvide, aconteça o que acontecer na vida; em qualquer circunstância, você é infinitamente amado.</p> <p>Queridos jovens, não temam o futuro! Ousem sonhar grandes coisas! Mantenham viva a alegria, sinal do coração jovem que encontrou o Senhor.</p>

<p>Deus é maior do que qualquer coisa, e basta somente uma vela acesa para vencer a mais escura das noites.</p> <p>Que o amor de Deus e o amor ao próximo sejam os dois pilares da nossa vida.</p> <p>Confiando na bondade do Senhor, vocês entenderão o sentido dos acontecimentos e o propósito de suas vidas.</p> <p>Cada um de nós é precioso; cada um de nós é insubstituível aos olhos de Deus.</p> <p>O amor é sempre um compromisso para com os outros. Porque o amor se vê nas obras, não nas palavras.</p> <p>Quando precisamos de ajuda, vamos nos dirigir ao Pai que sempre olha para nós com amor e nunca nos abandona.</p> <p>A oração nunca é vã: sempre brota algo de novo que, mais cedo ou mais tarde, produz frutos.</p> <p>Quando temos algo que nos faz sofrer, escutemos a voz de Jesus em nosso coração: “Não tenha medo, vá em frente! Eu estou com você!”</p> <p>Quando estamos um pouco tristes, quando parece que tudo dá errado, pensemos: “Deus me ama; Deus não me abandona”.</p> <p>Jesus nos revela que o rosto de Deus é amor.</p> <p>Quem se aproxima de Deus não desanima, vai em frente: recomeça, tenta de novo, reconstrói.</p> <p>Procure permanecer um momento em silêncio deixando-se amar por Deus. Procure silenciar todas as vozes e gritos interiores e fique um momento em seu abraço de amor. #ViagemApostólica #Moçambique</p> <p>Jesus nos deu um programa simples para caminhar em direção à santidade: o mandamento do amor a Deus e ao próximo.</p> <p>A todos nós, o Senhor dá uma vocação para nos fazer descobrir os talentos e as capacidades que possuímos a fim de colocá-los ao serviço dos outros.</p> <p>Peçamos ao Senhor a luz para conhecer bem o que acontece dentro de nós. #SantaMarta</p> <p>Quando se reza é preciso a coragem da fé: tenha confiança de que o Senhor nos ouve!</p>	<p>interceda por aqueles que perderam o emprego ou não conseguem encontrá-lo.</p> <p>O anjo da guarda é um amigo que não vemos, mas que sentimos. Ele nos acompanha no caminho na terra até o céu.</p> <p>Nossa Senhora Aparecida foi encontrada por trabalhadores pobres: hoje abençoa todos, especialmente aqueles que procuram um trabalho.</p> <p>Contemplando o Menino Jesus, amor humilde e infinito, digamos a Ele simplesmente: “Obrigado, porque você fez tudo isso por mim!”</p> <p>Cristo nasceu para nós! Venham todos vocês que buscam o rosto de Deus: Ele está ali, naquele Menino, colocado numa manjedoura.</p> <p>Jesus, Maria e José abençoem e protejam todas as famílias do mundo, para que nelas reinem o amor, a alegria e a paz.</p> <p>Querido irmão, querida irmã, se as tuas mãos te parecem vazias, se vês o teu coração pobre de amor, esta é a tua noite. Manifestou-se a graça de Deus, para resplandecer na tua vida. Acolhe-a e brilhará em ti a luz do Natal.</p>	<p>cristãos se comprometem a apoiar as vítimas da tortura.</p> <p>Nós realmente queremos a paz? Então, vamos banir as armas para não ter que viver no medo da guerra.</p> <p>É preciso superar todas as formas de racismo, de intolerância e de instrumentalização da pessoa humana.</p> <p>Os avós são um tesouro na família. Por favor, cuidem dos avós, amem-nos e façam com que conversem com as crianças!</p> <p>Rezemos para que no mundo prevaleçam os programas de desenvolvimento e não aqueles para os armamentos.</p> <p>O santíssimo nome de Deus jamais pode ser invocado para justificar o ódio e a violência contra outros seres humanos nossos semelhantes.</p> <p>Como é importante aprender a ser uma mão amiga e estendida! Procurem crescer na amizade mesmo com aqueles que pensam de maneira diferente, para que a solidariedade cresça entre vocês e se torne a melhor arma para transformar a história.</p> <p>No mundo atual, onde milhões de crianças e famílias</p>	
--	---	--	--

<p>Ninguém pode enganar a si mesmo pensando: "Estou bem porque não faço nada de errado". Para ser de Jesus não é suficiente não fazer nada de errado, é preciso fazer o bem!</p> <p>O Senhor nos dê a sabedoria para buscarmos o que é importante e a coragem de amar, não com palavras, mas com fatos.</p>		<p>vivem em condições desumanas, o dinheiro gasto e as fortunas obtidas no fabrico, manutenção e venda de armas, cada vez mais destrutivas, são um atentado contínuo que brada ao céu.</p>	
---	--	--	--

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Figura 07 – Gráfico “Categorias que obtiveram maior número de *retweets*”



FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Após o levantamento das amostras, foram criadas categorias para análise das mensagens segundo a linha editorial. A primeira categoria analisada foram os 27 tweets de abordagem cristã, destes foram observadas como subcategorias as palavras e sinônimos mais mencionados, o que pode ser observado na Tabela 4 apresentado a seguir.

Tabela 4: “Categoria Mensagem de Abordagem Cristã”

Mensagens com Abordagem Cristã		
Subcategorias	Quantidade	Os mais repetidos
<i>Verbos terminados em “ar”, “er”, “ir” e “or”</i>	30	Fazer (4); Por (3); Amar (2)
<i>Substantivos associados ao cristianismo</i>	36	Amor (9); Bem (7); Oração (4)

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

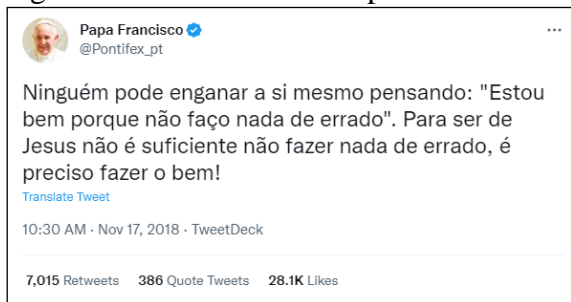
A respeito da Tabela 4, evidencia-se que o termo mais mencionado pelo Papa é o Amor e o verbo amar (porém, “Deus” e seus sinônimos (totalizando 23 menções) sejam a maior o número de menções, porém estão fora da Tabela 4 por se tratar da centralidade de todo anúncio evangélico). Sendo assim, nota-se em torno de seus tweets o amor no papel de protagonista, o qual, nos evangelhos bíblicos, também possui protagonismo nas mensagens de Jesus. Nesse aspecto, é interessante mencionar “Jesus”: das nove menções, sete se relacionavam ao amor de

Deus, este que, segundo o Papa, é um ato de duas direções, por isso requer de quem ama coragem para amar e silêncio para permanecer nesse amor divino.

Nessa mesma categoria, o pedido do Papa por uma Igreja que se edifique na oração, fazendo dela caminho de paz e vitória sobre o mal. Francisco se compadece da humanidade e reconhece o sofrimento do povo, por isso sempre orienta a ter fé, especialmente nos momentos em que as orações parecem não fazer efeito e nem serem ouvidas, o Papa convida a ter esperança e perseverança na oração.

Ainda nesta categoria, Mensagem de Abordagem Cristã, Francisco se dedica à uma Igreja em saída, preocupada com a prática do bem, mas com ênfase na Igreja que se dá na ação, no fazer, no amar, em se pôr em prática. O Pontífice insiste na ideia do bem como arma contra o mal, incluindo-se nessa batalha, utilizando vastamente dos pronomes, tais como: nós, nosso, todas e todos, totalizando 12 menções. Essa dimensão direcionada à prática do bem se evidencia no tweet com maior retweets desta categoria. (Figura 08).

Figura 08 – *Tweet* mais compartilhado em novembro de 2018



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt¹⁷

Já encerrando esta categoria, nota-se um Papa dedicado em exercitar a compaixão e acolhida nas palavras. Termos como: “Chorar”, “sofrer”, “perdoar”, “triste”, “abandonado”, “desanimado”, “insubstituível”, “paz” e “esperança”, são facilmente encontrados entre os tweets do Sumo Pontífice, o que revela um por trás do Papa, um ser humano comum, que sente e se compadece do sofrimento alheio. Este, por sua vez, se faz obediente ao seu Senhor, O reconhecendo frequentemente como caminho para encontrar sentido na vida e ter paz.

Já nos tweets da categoria Mensagem Devocional, se evidencia um conteúdo mais alinhada à fé católica, haja visto que as amostras com maior resultado na efetivação da comunicação e engajamento (levando em consideração a ação de retweetar/ compartilhar como ato avaliador de efetividade da comunicação instantânea nas redes sociais, ambiente de poucos vínculos de vínculos duradouros e atenção seletiva) referem-se às duas principais datas do

¹⁷ Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt/status/1063771233404284928 . Acesso em 18 out 2022.

calendário litúrgico da Igreja, a Páscoa (data que celebra a ressurreição de Jesus) e o Natal (data que celebra o nascimento de Jesus). Nessa segunda categoria foram analisadas 12 amostras, as palavras e sinônimos mais mencionados podem ser conferidos na Tabela a seguir.

Tabela 5: “Categoria Mensagem Devocional”

Categoria Mensagem Devocional		
Subcategorias	Quantidade	Os mais repetidos
<i>Substantivos intrinsecamente associados a fé católica</i>	26	Amor (4); Páscoa (3); Maria (4); José (3); Alegria (3); Família, esperança e paz (2).

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

A respeito dos resultados organizados nessa tabela, levando em consideração que a conta abordada é o Twitter do Papa em português e o alto número de compartilhamento destas publicações, haja vista essa ação como ato reativo à recepção das mensagens no Twitter, avaliando como um feedback o qual o receptor da mensagem se demonstra alinhado à ideia exposta na mensagem, os tweets dessa categoria sugerem seguidores (maioria brasileiros, conforme exposto na entrevista Arnaldo Rodrigues em entrevista ao *Época* (LIBÓRIO, B., online, 2019)) que expressam uma fé de caráter devocional à Igreja, tanto na recordação das datas quanto no envolvimento delas.

No que diz respeito aos termos, pela segunda vez “amor” se destaca, porém num aspecto de causalidade e efeito da devoção dos atores mencionados nas amostras. Exemplo disso é o tweet no dia 30 de dezembro de 2018, em que o Papa escreve: “Jesus, Maria e José abençoem e protejam todas as famílias do mundo, para que nelas reinem o amor, a alegria e a paz”. Essa semelhança revela o amor na centralidade das mensagens do Papa, mas não no protagonismo delas, observação semelhante vale para o termo “alegria”.

Acrescenta-se que, em uma investigação cujo método é Análise de Conteúdo, é fundamental levar em consideração aspectos relacionados ao contexto em que o corpus se insere. No período antecedente às amostras publicadas (2013 a 2016), nota-se um Papa marcado por uma imagem que nega luxos e sacralidades do cargo. Segundo Marcello Simon (2019),

[...] um Papa que se encontra e se deixa encontrar. Francisco é um líder religioso, cujo olhar não está inclinado a uma massa indistinta, mas que fixa sua atenção em pessoas, compartilhando seus gestos, abraços e sorrisos personalizados [...]. Por conta disso, sua comunicação tende a ser, imediatamente, eficaz. E é essa comunicação voltada às pessoas que traz uma abertura, de parte midiática, ao papado de Bergoglio e, conseqüentemente, à visibilidade institucional da Igreja Católica. Essa atenção dada pelos meios a Francisco, sobretudo, é originária de sua capacidade de inserir uma imprevisibilidade em seus atos previsíveis de líder religioso.

Nesse mesmo período, o Sumo Pontífice teve seu papado registrado por canonizações, como a do Papa São João Paulo II, santo que demonstrava uma preocupação com a família, a juventude e com uma “civilização do amor” e é frequentemente recordado pelo Papa Francisco com admiração, o citando como exemplo de homem de oração. Entretanto, o papado de São João II deixou mais marcas em Francisco, a exemplo de sua vivência devocional, em especial no que diz respeito à filiação mariana ¹⁸ presente na fé católica e na preocupação com a instituição família.

Tamanha contribuição de São João Paulo II para as manifestações do Papa Francisco são facilmente perceptíveis em seus atos. Em 2013, quatro meses depois de assumir o papado, Francisco esteve com a juventude católica no Brasil na Jornada Mundial da Juventude, assim como em 2016, no Ano Extraordinário da Misericórdia, o mesmo Papa aparece de surpresa em uma programação penitencial no Vaticano para atender confissões dos jovens. Todas essas semelhanças e acumulações se resumem no Sínodo sobre a Juventude em 2018, que se conclui na Exortação Apostólica Pós-Sinodal "Christus vivit". Tais preocupações evidenciam a dedicação do Papa para com jovens, entretanto suas convergências com São João Paulo II não param por aqui. Assim como o santo, Francisco se debruça sobre a instituição família, porém com maior devoção que santo, ao ponto de dedicar dois Sínodos para abordagem do tema, resultando na Exortação Apostólica pós-sinodal “Amoris Laetitia” (2016).

Essas preocupações evidenciam-se nas propostas de conteúdo do Papa no Twitter. Observa-se que Francisco sabe se comunicar e conhece a importância do aspecto devocional de suas mensagens ao público, do que se depreende, mais uma vez, quando aborda devoções incomuns no Papado, como a São José, Santo Padroeiro dos trabalhadores e das famílias, e a São João Paulo II e à Virgem Maria. Tais nomes se efetivam no sucesso da comunicação quando são trabalhados em conjuntos, revelando, assim, a Sagrada Família como principal devoção e sobre o que se infere uma Igreja mais atenta e ativa na figura do leigo e uma potencialização da importância atribuída à constituição de famílias, essas que configuram o maior número de vocações cristãs. Esse resultado pode ser observado nas postagens no Twitter (Figura 09), durante o mês de agosto em 2018, em que o Papa Francisco viajou para Dublin (Irlanda) para presidir o Encontro Mundial das Famílias.

¹⁸ Segunda a tradição católica, haja visto a proclamação de Maria como mãe de Deus (titulação Theotókos), a Igreja, portanto, afirma que ela é a “Mãe do Verbo encarnado, que é Deus”. Mas Deus, em corpo místico que é a Igreja não deixa de ter essa mãe por isso desta devoção, que entende Nossa Senhora como mãe que possui a humildade da condição humana, para elevar o homem à filiação divina.

Figura 09 – *Tweets* que abordam a família como principal temática no ano de 2018.



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt¹⁹

Por meio dessas mensagens, Papa Francisco atribui importância às famílias e entende que a centralidade de toda vocação é Jesus. Nessa categoria devocional é possível observar que os conteúdos mais retweetados revelam um Papa que se dedica para que Cristo seja o centro de todo anúncio evangélico, ainda que nas entrelinhas. (Figura 11).

O sucesso de sua conta no Twitter também se deve à um fato semelhante a São João Paulo II, sua identificação com o Brasil (tweet com maior engajamento nessa categoria), pois, apesar do Papa ser devoto de Nossa Senhora, não é em toda data mariana que ele realiza publicações. Os conteúdos relativos a essa data são indicados na Figura 10.

Figura 10 – *Tweet* mais compartilhado em outubro de 2017

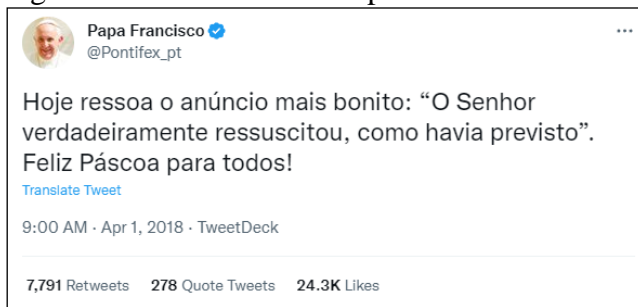


Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²⁰

¹⁹ Disponível em: https://twitter.com/Pontifex_pt/with_replies . Acessado em 10 set 2022

²⁰ Disponível em: https://twitter.com/Pontifex_pt/status/918438600521367554?ref_src=twsrc%5Etfw Acessado em 12 set 2022

Figura 11 – *Tweet* mais compartilhado em abril de 2018



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²¹

Na Figura 10, há uma abordagem de Nossa Senhora Aparecida, ela que é, segunda a tradição católica, padroeira do Brasil, o que nos leva a refletir nesta categoria de análise (Mensagens devocionais), sobre relação do Papa e este país a partir de suas publicações na rede social. Em que diz respeito esta reflexão, nota-se, portanto, que há tweets do Papa que se referem ao Brasil e apesar de não terem sido os tweets que obtiveram maior engajamento, muitas vezes devido a ruídos ideológicos, os conteúdos do Papa se relacionando com a cultura, problemáticas e fé brasileira, nunca foram incomuns. Tal constatação se revela ao observar suas manifestações na rede social durante o período do Sínodo da Amazônia, em 2019, ou publicações também relacionadas à floresta em 2020 (a exemplo do Tweet de fevereiro que teve maior engajamento naquele mês). Os 2.151 retweets reverberam a seguinte mensagem do Papa: “Sonho com uma Amazônia que lute pelos direitos dos mais pobres, dos povos nativos, dos últimos, de modo que a sua voz seja ouvida e sua dignidade promovida. #QueridaAmazonia” (Francisco, 2020), no mesmo mês, o ex-presidente da época, Luiz Inácio (Lula), viajou até a Santa Sé para abordar alguns temas com o Sumo Pontífice, entretanto o encontro, segundo a agência AFP, não foi divulgado oficialmente pela Santa Sé devido ao caráter privado da reunião. O fato é que essa viagem potencializou ruídos com a ala mais conservadora da Igreja no Brasil, em especial, com políticos apoiadores do Governo da época a exemplo do ministro-chefe do Gabinete de Segurança Institucional em 2020, o general Augusto Heleno, que, diante do encontro, o satirizou em uma postagem publicada no Twitter. Essa situação, influenciou o baixo engajamento das publicações (baixo número de curtidas, retweets e comentários, quando comparado aos tweets analisados neste trabalho) do Papa no período que diz respeito ao Brasil. As figuras a seguir demonstram de maneira mais clara este fenômeno que ocorreu em fevereiro de 2020.

²¹ Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt/status/980414477228060673 . Acessado em 12 set 2022

Figura 12 – *Tweets* que abordando o Brasil em fevereiro de 2020



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²²

Figura 13 – *Post* “General Heleno satirizando a visita de Lula ao Papa Francisco”



Fonte: Página do General Heleno no Twitter @Pontifex_pt²³

Tais fatos emitiram à ala mais conservadora do Brasil que desconhece as funções do Sumo Pontífice, uma percepção ambígua do Papa Francisco no que diz respeito a política e ideologias socialistas, porém essa percepção não se estende à Igreja Católica enquanto instituição.

No que diz respeito à categoria Mensagem Social, se evidencia um Papa essencialmente humano, conforme denotado pela Tabela 5. Nesta categoria, foram 12 amostras analisadas e as palavras mais mencionadas são indicadas na Tabela 6, a seguir.

²² Disponível em: https://twitter.com/Pontifex_pt/with_replies . Acessado em 13 out. 2022

²³ Disponível em: https://twitter.com/gen_helena/status/1228308563388489728?ref_src=twsrc%5Etfw . Acessado em 13 set 2022

Tabela 6: “Categoria Mensagem de punho Social”

Categoria Mensagem Social		
Subcategorias	Quantidade	Os mais repetidos
<i>Substantivos mais relevantes para a atual análise</i>	35	Humanidade (6); Vida (4); Paz (3); Dinheiro (3); Mundo (3); Bem (2); Armas (4); Crianças (2); Sofredor (2); Família (2); Bem (2).

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Observa-se a respeito dos resultados da Tabela 6, que as mensagens do Pontífice orientam a reconciliação e união, em especial entre os diferentes. Necessário contextualizar que, no ano de 2016, período anterior às amostras analisadas, ocorreu um evento de ampla extensão na Igreja, o Jubileu Extraordinário da Misericórdia, que contou com visitas privadas do Papa a instituições de acolhimento aos pobres, enfermos e marginalizados. Nesse mesmo ano, Francisco se encontrou com Kirill (Patriarca de Moscou e de toda Rússia) em Cuba. No episódio, ambos líderes assinaram uma Declaração se comprometendo em responder aos desafios do mundo, tais como o fim da perseguição dos cristãos e das guerras, promoção do diálogo inter-religioso, auxílio aos migrantes e refugiados e por fim, proteção à vida e à família. Em 2016, ocorreu também o encerramento do caso “Vatileaks 2” com duas condenações e duas absolvições, essa, por sua vez, iniciou-se no pontificado de Bento XVI e se tratava do vazamento de documentos reservados da Santa Sé, o que o Papa Francisco definiu, em 8 de novembro de 2015 em sua oração do Angelus, como “Um ato deplorável”.

Outro fato importante que influencia diretamente no contexto das amostras foi o pioneirismo da Santa Sé ao assinar e ratificar o “Tratado sobre Proibição das Armas Nucleares” em 20 de setembro de 2017, na sede das Nações Unidas. No episódio, Francisco (membro integrante da diplomacia de paz), em âmbito pastoral, advertiu sobre a figura do pobre como “presença de Jesus manifestada”, fundando, assim, a celebração do primeiro “Dia Mundial dos Pobres”.

Já em 2018, em campo diplomático, foi realizado o Acordo Provisório entre a Santa Sé e a China, sobre a nomeação dos Bispos (o acordo foi renovado, em 2020, por dois anos). No mesmo ano, ocorreu a publicação do “Relatório da Pensilvânia”, nos Estados Unidos, o qual, por determinação do Sumo Pontífice, aborda a importância de combater os crimes de abusos após casos isolados cometidos por alguns membros do clero (a exemplo do Cardeal George Pell, julgado e absolvido após 13 meses passados injustamente na prisão; ou de Ferdinando Karadima, ex-sacerdote chileno que foi destituído por Francisco do estado clerical). Tais atos deploráveis motivaram o Papa a realizar um “Ato Penitencial” em nome da Igreja, tendo em vista o perdão por esse crime. Entretanto o combate contra os abusos prosseguiu e, em 2019,

foi publicado o Mótú Próprio “Vos estis lux mundi”. A normativa em questão, expedida pelo próprio Papa, obriga os presbíteros e religiosos de todo o mundo a denunciar este crime, tendo em vista estabelecer um sistema acessível ao público para acolher denúncias. E, em dezembro de 2019, o Papa abole o Segredo pontifício para os casos de abuso sexual.

No mesmo ano, 2019, o Papa e o Grão Imame de Al-Azhar, Ahamad al-Tayyeb, assinaram o documento "Fraternidade Humana pela Paz Mundial e a Convivência Comum". Este foi outro marco para o diálogo inter-religioso, em especial entre o Cristianismo e Islamismo, pois, além de encorajar o diálogo, o documento promove o respeito mútuo e condena o terrorismo e a violência. No mesmo ano, foi realizado um Retiro espiritual para os líderes civis e eclesiásticos do Sul do Sudão no Vaticano. O encontro teve como desfecho uma surpresa por parte de Francisco, que se ajoelhou e beijou os pés de Salva Kiir Mayardit (Presidente da República do Sudão do Sul) e dos vice-Presidentes que ali estavam, para "implorar o fim definitivo da guerra". Ainda em 2019, em vista do diálogo inter-religioso, união e reconciliação, Francisco doou alguns fragmentos das relíquias de São Pedro a uma delegação da Igreja Ortodoxa.

Tendo em vista o contexto abordado, a partir das publicações da categoria Mensagem Social, se denota a percepção da figura de um Papa fragilizado com a humanidade das pessoas, e em especial, no que diz respeito à dignidade dos mais marginalizados, esquecidos, debilitados e, em algumas circunstâncias, os inábeis, a exemplo dos pobres e idosos. Um Pontífice que criminaliza torturas e regimes, a favor da Paz, da vida, da comunhão entre os diferentes e unidade entre os povos, culturas e religiões, aspectos esses abordados na publicação mais retuitado de janeiro de 2018, em que escreve: “Quem não sofre com o irmão sofredor, mesmo se diferente dele por religião, língua ou cultura, deve interrogar-se sobre a própria humanidade”.

Outro aspecto gritante de Francisco enquanto face da Igreja é o seu posicionamento quanto ao desarmamento das Armas nucleares, muito disso em virtude do Dia Nacional dos Pobres no período em que se assinava e se ratificava o “Tratado sobre Proibição das Armas Nucleares” nas Nações Unidas pela Igreja Católica. Esta seria uma das principais percepções do Papa, em especial no que diz respeito à instituição católica, ao ponto dessa temática ser abordada no tweet mais engajado dentre as 56 amostras desta investigação, cuja mensagem pode ser lida na Figura 14.

Figura 14 – *Tweet* mais compartilhado desta análise.



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²⁴

No conteúdo em questão é possível perceber a promoção do bem-comum e da fraternidade. A primeira amostra deste trabalho, da categoria Mensagem de Abordagem Cristã, evidencia essa afirmação. Na publicação, o Papa escreve: “Não pode existir paz verdadeira, se cada um reclama sempre e somente o próprio direito, sem se preocupar com o bem dos outros”. De certo, o Pontífice busca ser fiel à Doutrina Social da Igreja Católica, de modo que visa apresentar, em cada exortação, uma solução. Na Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), termos que se efetivam na comunicação, mas apresentam menor consonância, revelam uma ideologia pessoal por parte do emissor da mensagem, nesse aspecto, é possível observar em Francisco a ideologia para o fim do desarmamento, conforme a publicação de setembro de 2018: “Deixemos que o Espírito Santo nos revista com as armas do diálogo, da compreensão, da busca do respeito recíproco e da fraternidade!”. Nesse aspecto, ao observar a acumulação (repetição) e termos consoantes, nota-se também a ideologia de um Papa que acredita ser o fim das guerras e estabelecimento da paz nas famílias passos dados a partir do desarmamento das nações. Escreve ele: “Nós realmente queremos a paz? Então, vamos banir as armas para não ter que viver no medo da guerra.” (Publicado em abril de 2018); “No mundo atual, onde milhões de crianças e famílias vivem em condições desumanas, o dinheiro gasto e as fortunas obtidas no fabrico, manutenção e venda de armas, cada vez mais destrutivas, são um atentado contínuo que brada ao céu.” (Publicado em novembro de 2019).

Todavia, a despeito do forte empenho social, o Papa é consciente do seu papel espiritual e busca separar as ações de modo que o mal, a violência no mundo e ações destoantes aos valores já expostos neste trabalho não sejam justificados pela religião ou pelo nome de Deus. Tendo isso em vista, termos comuns nas outras categorias de análise, como a de Mensagem Devocional, como “Deus” e “Jesus”, não são mencionadas em nenhuma das amostras da categoria Mensagem Social, e este resultado é corroborado ao observar a publicação mais

²⁴ Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt/status/1044881764676759554 . Acessado em 14 out. 2022

compartilhada desta categoria em novembro de 2017: “O santíssimo nome de Deus jamais pode ser invocado para justificar o ódio e a violência contra outros seres humanos nossos semelhantes.”

Caminhando para fim da análise, observa-se a categoria direcionada à juventude, as quais os termos mais recorrentes são: abc, conforme evidencia-se a seguir na Tabela 7.

Tabela 7: “Categoria Mensagem direcionada aos jovens”

Categoria Mensagem à juventude	
Subcategorias	Os mais repetidos
<i>Substantivos mais relevantes para a atual análise</i>	Queridos (2); Jovens e sin. (3); Você (3); Acontecer e sin. (2); Deus e sin. (2); Vida e sin; (2).

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Em 2018, ocorre o “Sínodo sobre os Jovens”. No evento, o Papa solicita aos jovens "escutar, serem próximos e testemunhar" porque "a fé é uma questão de encontro, não uma teoria" ²⁵. Na Exortação Apostólica Pós-Sinodal "Christus vivit", publicada em 2019, esse apelo ganha ainda mais força. De certa forma, Francisco entende na juventude, segundo a Exortação, um braço de sua missão evangelizadora no mundo e resposta do amor de Deus à humanidade. Dentre as amostras analisadas no período de 2017 a 2019, duas são diretamente à juventude, a de setembro de 2017 e junho de 2019, como mostra as figuras.

Figura 15 – *Tweet* mais compartilhado em setembro de 2017

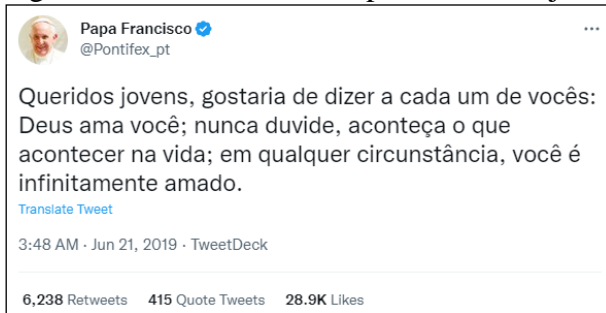


Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²⁶

²⁵ Documento Final da XV Assembleia Geral Ordinária do Sínodo dos Bispos. Os jovens, a fé e o discernimento vocacional. São Paulo: Paulus, 2019.

²⁶ Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt/status/905893690220085249. Acessado em 15 out. 2022

Figura 16 – *Tweet* mais compartilhado em junho de 2019



Fonte: Página do Papa no Twitter @Pontifex_pt²⁷

Nos tweets, é possível observar um profundo carinho do Papa para com a juventude, sempre utilizando o termo “Queridos jovens” e, em ambos tweets, emitindo uma mensagem de perseverança e esperança.

A respeito do conteúdo dessa categoria, é possível observar, primeiro, partindo do pressuposto de que essas duas publicações pertencem a um grupo singular de mensagem aos jovens e que foge à regra dos pilares da linha editorial do Papa, as publicações foram as que tiveram maior número de retweets, sobre o que se infere que o público seguidor da conta do Twitter em português é, em sua maioria, jovem.

O segundo ponto é que, levando em consideração o “Sínodo sobre os Jovens” e as mensagens publicadas no Twitter (uma antecedendo o Sínodo e outra após a publicação da Exortação Apostólica Pós-Sinodal "Christus vivit"), é possível afirmar o carinho do Papa pela juventude. Ele acredita no seu potencial para o futuro da Igreja Católica, por isso deposita nela a missão de ser aquilo que ele essencialmente solicita nas amostras analisadas deste trabalho.

4.2. DISCUSSÕES

É indubitável que estamos diante de um papa que sabe se comunicar e que se apropriou da linguagem das redes sociais, ainda que a caráter de personalidade. Francisco, a partir da Análise de Conteúdo do recorte amostral, apresenta o amor na centralidade de sua mensagem, citando-o 13 vezes dentre as 53 amostras, ou seja, ¼ de suas publicações abordam diretamente esse termo. Todavia, a centralidade do anúncio evangélico (notável na Primeira Carta de São João) é o Amor de Deus, haja visto que Jesus se apresenta como O Amor e verbo encarnado, e

²⁷ Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt/status/1141961099245432832?lang=da. Acessado em 15 out. 2022

o amor, nesse aspecto, de acordo com o teor da maioria das amostras analisadas, se apresenta vinculado a Deus, tanto que os termos em conjuntos são apresentados 39 vezes. Levando em consideração de que nenhuma mensagem no campo da comunicação é emitida sem uma finalidade, é possível constatar a utilização do Twitter do Papa como ferramenta da missão de evangelizar. Suas mensagens apresentam caráter querigmático, pois “Querigma se refere ao primeiro anúncio da fé que os apóstolos dirigiam aos judeus e pagãos com a finalidade de eles se converterem à novidade do Evangelho de Cristo” (PAULINAS, 2022). Ainda, de forma mais técnica, é possível inferir que as palavras que menos ecoam e se acumulam mais colaboram para o desfecho do objetivo de evangelizar a que produzir ruídos, uma vez que guardam reduzido grau de dubiedade.

Nota-se, também, a transcendência das mensagens, caracterizando o conceito comunicacional de onipresença nesta rede social, contribuindo para o que Henry Jenkins intitula Cultura da Convergência (2009) ao se fazer presente, por meio do Vatican Media e News, em outros veículos de comunicação, como Instagram, Facebook, Youtube e Blogs.

Outro fator importante é o termo “não” foi repetido 20 vezes, o que equivale a 38% das publicações. Todavia, em sua maioria, assim como “nunca”, a palavra não é empregada com a finalidade de limitar, impedir ou negar, ao contrário, ela é utilizado como fortalecimento da ideia oposta, conforme indica o estudo da semiótica, sendo observável nos exemplos: “Não tenham medo de chorar ao entrar em contato com situações difíceis” / (Leitura) Chore em situações difíceis; “Deus procura por você, mesmo que você não procure por Ele”/ (Leitura) Deus está à sua procura; “Rezemos para que no mundo prevaleçam os programas de desenvolvimento e não aqueles para os armamentos.”/ (Leitura) Que os programas de desenvolvimento prevaleçam.

Ademais, em Publicidade e Propaganda há o estudo dos gatilhos mentais, que, segundo o Blog Rock Content (2020), “são estímulos recebidos pelo nosso cérebro que influenciam diretamente a nossa tomada de decisão. Saber estimular esses gatilhos é uma poderosa arma de persuasão e geração de resultados para marketing e vendas”. Este recurso é encontrado frequentemente nas redes sociais e, a fim de reter a atenção do público e propagar suas mensagens, o Papa realiza um bom uso deles em seu Twitter, três em especial. O primeiro é o gatilho do Inimigo Comum, trata-se do estabelecimento de um inimigo comum capaz de fortalecer um grupo de pessoas, ainda que diferentes. Para o Papa, o mal é o inimigo comum, muitas vezes apresentado na roupagem da violência, da desumanidade, das guerras, do armamento, do medo e do sofrimento. Para o Pontífice, a resposta para esse inimigo sempre está nos valores transcendentais compartilhados entre as pessoas, tais como o diálogo, a

amizade, o desarmamento, a família, a humildade, a humanidade, a coragem e, principalmente esses, o bem, o amor e Jesus - esses últimos somam 61 citações -.

O segundo, é o gatilho da Humanização, que busca gerar maior empatia pelas pessoas do que pelas coisas, através da transmissão de sentimentos. Tal gatilho fica evidente na primeira e terceira categoria de análise. Em ambas o Papa trabalha sentimentos numa tentativa de enaltecer aquilo que é nobre e essencialmente humano, de modo que o Amor de Deus continue na centralidade de sua mensagem, ainda que subjetivamente. Tanto que na terceira categoria de análise o termo que mais se repetiu foi humanidade e seus sinônimos.

O terceiro, e mais visível, é o gatilho do Amor e Conexão. Segundo a Rock Content (2020), quando amamos e somos amados, nos sentimos preenchidos, mas é fundamental destacar que esse gatilho se trata de uma construção de conexões afetivas de longo período, pela maneira em que uma marca demonstra sua personalidade, o que justifica o sucesso do Twitter do Papa em 2019 (seis anos após assumir o papado). Todavia, conforme já dito, o amor ocupa a centralidade das mensagens do Papa.

Além desses três, outros gatilhos podem ser encontrados na comunicação do Papa, tais como: O gatilho da Simplicidade, que busca simplificar e organizar as melhores formas de se comunicar com o público; O gatilho da Coerência ou Aprovação Social, que visa a concordância do que falamos com o que fazemos, a fim de gerar ações alinhadas com aquilo que se havia perdido; Gatilho da Significância, que aborda o público como seres humanos únicos. Um exemplo disso é o seguinte tweet do Papa no ano de 2017: “Cada um de nós é precioso; cada um de nós é insubstituível aos olhos de Deus.”; e, por fim, o Gatilho do Propósito, que humaniza uma marca a partir da conexão e identificação estabelecida com o público, mas propósitos, nesse aspecto apresentado, são o que dão sentido à vida. Em Marketing 3.0 (KOTLER, 2010), é apresentado um consumidor preocupado com o compromisso das marcas com o mundo e isso o Papa bem entende, a exemplo do seguinte tweet: “Confiando na bondade do Senhor, vocês entenderão o sentido dos acontecimentos e o propósito de suas vidas”, publicado em maio de 2019.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do percurso metodológico composto por vasta pesquisa bibliográfica e Análise de Conteúdo de recorte amostral de 53 tweets da conta @pontifex_pt no Twitter, pode-se concluir que, diante da história da comunicação da Igreja Católica e atual cenário cibernético, houve uma melhora na percepção da instituição desde a chegada do Papa Francisco, se apresentando de maneira mais aberta ao diálogo com o mundo e humana. Nunca na história da Igreja Católica houve um Papa que se comunicasse amplamente em mídias distintas com tamanha assertividade, em especial nas redes sociais (com ênfase no Twitter), obtendo mérito em administrar sua comunicação e se aproximar mais das pessoas, contribuindo para a imagem de uma Instituição que, no início de seu papado, se encontrava prejudicada pelas polêmicas que cercavam a Igreja no fim do papado do Papa Emérito Bento XVI. A esse respeito, avalia-se que a grande ferramenta de aproximação da Igreja para o mundo foi o Twitter, cuja ideia foi iniciativa do papado de Bento XVI e, nesse aspecto, méritos a ele por fundar um canal que evidenciou seu sucessor ao mundo.

Nota-se também uma comunicação social mediada por imagens (referência à Sociedade do Espetáculo²⁸o de Guy Debord), conforme apontado na pesquisa “*Papa Francisco: uma encíclica viva de gestos e imagens*”(SIMON, 2019). No entanto, a presença deste fenômeno no Twitter do Papa, na medida em que se torna mais recorrente a ação de espetacularizar, em especial ações cotidianas, promovem um ambiente digital mais controlado e controlável, levando a audiência a refletir sobre o discurso produzido pelo líder e assim, compartilhá-lo em vista deste conceito que estabelece relações e conflitos entre aparência e realidade.

Isso posto, diante do trabalho realizado e dos resultados expostos até o momento, é perceptível, no que tange à significativa parte da audiência, uma ignorância a respeito do significado do Sumo Pontífice para a Igreja. Apesar de o Papa ser a maior autoridade da Igreja Una Santa Católica Apostólica Romana, o líder supremo dela não é ele, mas sim seu fundador, Jesus Cristo, que, ao fundá-la sobre Pedro (aquele que viria a ser o primeiro Papa conforme narra o Evangelho de Mateus), os seguidores de Cristo passaram a atribuir uma noção errônea ao senso romano representado pelo Papa, projetando nele o poder da tríade que constitui a base da fé católica, que são as Sagradas Escrituras, a Sagrada Tradição e o Sagrado Magistério. Essa tríade representa uma fonte confiável para que os fiéis sejam conscientes da sua fé, mas a ideia

²⁸ Conceito filosófico que entende as relações sociais entre as pessoas, mediatizada por imagens e essas, por sua vez, são o espetáculo. Para Debord, este é o modelo dominante nas relações da sociedade contemporânea.

constata-se na teoria e não desejavelmente na prática, e a problemática se aprofunda ao passo em que as pessoas passam a enxergar na figura do Papa um Cristo na terra, superior a base da fé católica. Esse pensamento frauduloso produz no consciente coletivo daqueles em que pensam dessa forma a ideia de que o Pontífice pode fazer o que quiser, da maneira que melhor julgar, e que sua voz é a voz de Jesus Cristo e da voz da Igreja.

Importante ressaltar que, diante da hodiernidade e das redes sociais de caráter horizontais, a Igreja segue caminhando na contramão, enfrentando desafios na comunicação com o mundo contemporâneo, dado que a estrutura vertical e hierárquica da instituição é oposta às atuais tendências de comunicação de instituições, que são horizontais e democratizadas, conforme discorre Kotler em *Marketing 3.0* (2010) e *Marketing 5.0* (2021). Partindo desse pressuposto e levando em consideração que as redes sociais são bidirecionais, ou seja, possuem o receptor no foco da mensagem e permitem interações diretas com o emissor e vice-versa, observa-se que o Twitter do Papa Francisco possui caráter unidirecional e, assim como a Igreja, confronta o movimento comunicacional próprio do ambiente digital. Curioso é que, a despeito dessa afirmação, constata-se que, apesar de o Papa não seguir como seu antecessor no início da conta do Twitter, ao responder de três tweets por dia, a ausência de respostas na conta @pontifex_pt e sua postura nula em relação à interação e ausência de troca de mensagens não interferem na efetivação de suas publicações, pois se há reação do receptor, ou seja, feedback, isso significa que já houve comunicação (BOCHEMBUZO, 2022). O volume de retweets, curtidas e comentários evidencia isso, ainda que a maioria destes comentários esteja mais relacionado ao contexto físico da publicação do que ao conteúdo nela presente. Ademais, cabe apontar que, apesar dessa postura do Papa não interferir na efetivação da comunicação, corrobora para a “lógica do púlpito” (analogia à comunicação unidirecional, linear, hierárquica, vertical, quase impositiva, por meio do que há pouco diálogo e proximidade).

Sendo assim, se faz notável uma Igreja muito preocupada com “o que” comunicar e pouco com o “como” comunicar, ou seja, se relacionar. Tal afirmação se fortalece ao observar o atual movimento sinodal da Igreja Católica, que busca ouvir toda a Igreja até sua conclusão, em 2023.

Pondera-se ser admirável que a postura/personalidade do Papa não mude em virtude da estrutura e tradição da Igreja Católica, porém é necessário encontrar um modo de ouvir os fiéis - ainda que a muitos deles faltem conhecimento e catequese -, haja vista que em um mundo cibernético as redes sociais podem se tornar uma ferramenta para o diálogo, possibilitando a “Cultura do Encontro” do povo com a Igreja, a qual, por meio dos meios digitais, “desça do púlpito” e se depare com a realidade de pessoas concretas, presentes nas atuais ágoras virtuais.

Ademais, considera-se notável o êxito da conta do Papa no Twitter, atribuindo destaque ao volume de seguidores, bem como a quantidade de comentários e retweets. Méritos de um calendário editorial versátil, que aborda temáticas que visam a uma Igreja em unidade às problemáticas do mundo, tanto físicos quanto espirituais.

Por fim, os resultados e inferências do percurso metodológico evidenciaram a capacidade comunicativa do Papa Francisco no Twitter que, com caráter excelência, consegue alcançar seus seguidores por meio de mensagens que promovam a “Cultura do Encontro”, transformando seu perfil em ambiente de evangelização.

Isso posto, conclui-se que a Francisco pode ser atribuído o aposto papa publicitário, no que tange à etimologia da palavra “publicidade”, oriunda do latim *publicus*, “público”, e do francês *publicité*, que significa “propriedade do que é público; relativo ao povo ou ao Estado; ato de tornar (algo) público, conhecido”. (PUBLICIDADE, 2009, p. 295). Ele assim se configura, pois, sua origem é do povo tanto quanto dele emana (traço evidente da personalidade observada em suas mensagens), ao passo que, também em sua conta no Twitter, representa o Estado, como chefe do Vaticano, e a Igreja, como sumo pontífice (ao abordar temas de agenda diplomática); e torna público, por meio de seus tweets, a mensagem da Igreja. Acrescenta-se a essa caracterização outra acepção atribuída ao publicitário, investido em uma agência e que integra o ecossistema da mídia: a de, como agente, conceber, produzir e transmitir conteúdos que promovam “ações diferenciadas de interação com o público” (supra cit.). Papa Francisco se reveste, então, em sentido social próprio da sociedade de massa e da cibercultura, em fenômeno e produto cultural de seu tempo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R.G. et al. **O Papa na rede: interação e engajamento no Twitter.** NAMID/UFPB, 2017

ANDRETTA, T. et al. A comunicação na missão da Igreja Católica. *In: IJ 06 – Interfaces Comunicacionais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2011, Londrina. Anais[...].* Caxias do Sul, RS: Universidade de Caxias do Sul, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0262-1.pdf>. Acesso em: 08 out. 2022

AQUINO, F. **O Legado de Bento XVI.** Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/especiais/pontificado/bento-xvi/o-legado-de-bento-xvi/>. Acesso em: 10 out. 2022.

AQUINO, F. **Você sabe qual é a função e a missão do Papa na Igreja? - Cléofas.**, 5 jul. 2021. Disponível em: <https://cleofas.com.br/voce-sabe-qual-ea-funcao-ea-missao-do-papa-na-igreja/>. Acesso em: 2 ago. 2022

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 14724:** informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2011

ATHERTON, Julie. **Manual do Social Media:** Julie Atherton. Santo, São Paulo: H1 Editora, 2020

BALLOUSSIER, AV. **Datafolha: Brasileiros vão menos à igreja e menos contribuições.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/06/datafolha-brasileiros-vaomenos-a-igreja-e-dao-menos-contribuicoes.shtml>. Acesso em: 2 set. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.

BENDER, Arthur. **Paixão e significado da marca:** Ponto de virada e transformação de marcas corporativas, marcas pessoais e de organizações. – São Paulo: Integrare Editora, 2012.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Sagrada.** Tradução: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. 3. ed. Brasília: Edições CNBB, 2019.

CALDERÓN, V. **Papa Francisco é o líder mundial mais influente no Twitter.** Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/29/internacional/1430270461_418922.html. Acesso em: 7 set. 2022.

CANÇÃO NOVA. **Bento XVI envia seu primeiro tweet.** Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/papa/bento-xvi-envia-seu-primeiro-tweet/>. Acesso em: 10 out. 2022.

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO. Biblioteca Central Cor Jesu. **Guia para Normalização de Trabalhos Acadêmicos.** 9. ed. Bauru: UNISAGRADO, 2019

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Catecismo da Igreja Católica**. Tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). 19ª. ed. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Paulinas, Loyola, Ave-Maria, 1999

_____. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil** – Documento 99. Brasília: CNBB, 2014.

COULOMBE, R. C. A. **História dos Papas**. 1. ed. Dois Irmãos, RS: Minha Biblioteca Católica, 2022.

Documento Final da XV Assembleia Geral Ordinária do Sínodo dos Bispos. **Os jovens, a fé e o discernimento vocacional**. São Paulo: Paulus, 2019.

DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FRANCISCO. **Carta Encíclica Laudato Si' sobre o cuidado da casa comum**. São Paulo: Loyola, 2015.

_____. **Compêndio da doutrina social da Igreja** / Pontifício Conselho “Justiça e Paz”; tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). São Paulo: Paulinas, 2005.

_____. **Exortação Apostólica Evangelii Gaudium sobre o anúncio do Evangelho no mundo atual**. 3. reimpr. São Paulo: Paulinas, 2014.

_____. **Exortação Apostólica Gaudete et Exsultate sobre a chamada à santidade no mundo atual**. São Paulo: Paulus, 2018.

_____. **Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais - Comunicação a serviço de uma autêntica cultura do encontro**. Discatério para a Comunicação: Libreria Editrice Vaticana, 2014. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 17 out. 2022

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, A. **Infográfico atualizado mostra o que acontece na internet a cada minuto.**, 11 out. 2021. Disponível em: <https://primeirodigital.com.br/marketing-digital/infografico-atualizado-mostra-o-que-acontece-na-internet-a-cada-minuto/>. Acesso em: 4 out. 2022

Guerra na Ucrânia: diálogo é a única solução possível, reitera o Papa. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2022-09/papa-francisco-entrevista-cnn-portugal.html>. Acesso em: 27 out. 2022.

JUNIOR, AG. **Papa Francisco - Biografia**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/biografias/papa-francisco/>. Acesso em: 5 ago. 2022.

KELLER, Kevin Lane. Conceitualizando, medindo e. **Revista de Marketing**, v. 57, n. 1, 1993 apud NETO, Alcívio Vargas. Mensuração de Brand Equity Baseada no Consumidor: **Avaliação de Escala Multidimensional**. Porto Alegre, 2003

KOTLER, P; KELLER, K. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017

_____. **Marketing 5.0: technology for humanity**, Hoboken, New Jersey: Wiley, 2021.

LACERDA, L. **O que são gatilhos mentais e como utilizá-los na sua estratégia de Marketing! Rock Content - BR**, 15 out. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/gatilhos-mentais/>. Acesso em: 3 nov. 2022

LIBÓRIO, B. **Segundo líder mundial mais seguido no Twitter, Papa escreve seus próprios tuítes — e nunca caiu em fake news**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/segundo-lider-mundial-mais-seguido-no-twitter-papa-escreve-seus-proprios-tuites-e-nunca-caiu-em-fake-news-23639402>. Acesso em: 15 out. 2022

MARTINO, Luís Mauro Sa. **Teorias das mídias Digitais**. Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014

MARTINS, P. **A Igreja deveria vender os seus bens e doar aos pobres?** Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CjanNxUA2Y1/>. Acesso em: 11 out. 2022.

MARTINS, P. **Bolsonaristas criticam encontro entre o ex-presidente Lula e o Papa**. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/amp/area/justica/papa-francisco-recebe-ex-presidente-lula-no-vaticano/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MONTFORT, S. Luís Maria Grignon de. **Tratado da Verdadeira Devoção à Santíssima Virgem Maria**. 46^a. ed., 2015. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. 4^a reimpressão

Oito anos com o Papa Francisco: levar a alegria do Evangelho ao mundo inteiro. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2021-03/papa-francisco-aniversario-pontificado.html>. Acesso em: 15 set. 2022.

OLIVON, B. **10 momentos marcantes do pontificado de Bento XVI**. Disponível em: <https://exame.com/mundo/10-momentos-marcantes-do-pontificado-de-bento-xvi/>. Acesso em: 7 set. 2022.

Papa aposta nas redes sociais como espaço para evangelizar. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/papa-aposta-nas-redes-sociais-como-espaco-para-evangelizar/>. Acesso em: 17 out. 2022.

Papa Bento XVI publica seu primeiro post no Twitter. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2012/12/papa-bento-xvi-publica-seu-primeiro-post-no-twitter.html>. Acesso em: 13 out. 2022.

Papa Francisco é eleito o líder mais influente do mundo. Disponível em: <https://correiodoestado.com.br/cidades/papa-francisco-e-eleito-o-lider-mais-influente-do-mundo/211149/>. Acesso em: 5 set. 2022.

Papa Francisco é eleito personalidade do ano pela ‘Time’. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/papa-francisco-e-eleito-personalidade-do-ano-pela-time/>. Acesso em: 5 set. 2022.

Papa Francisco se encontra com Lula no Vaticano. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/02/13/papa-francisco-se-encontra-com-lula-no-vaticano.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2022.

PAPA FRANCISCO. Twitter: @Pontifex_pt. Disponível em: https://twitter.com/pontifex_pt. Acesso em: 25 ago. 2022.

Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais . Disponível em: <https://pt.frwiki.wiki/wiki/Conseil_pontifical_pour_les_communications_sociales>. Acesso em: 5 dez. 2022.

PUBLICIDADE. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paullus, 2009, p. 295-296.

Querigma. Paulinas Cursos, 21 jul. 2017. Disponível em: <https://paulinascursos.com/querigma/>. Acesso em: 3 nov. 2022

Redação. **Francisco mudou a percepção da igreja, diz Time.** Exame, 2013. Disponível em: (<https://exame.com/mundo/francisco-mudou-a-percepcao-da-igreja-diz-time/>). Acesso em: 29 de abril de 2022

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação.** Porto Alegre: Penso, 2011

SALES, D. E. Qual é a missão da Igreja? Disponível em: <https://formacao.cancaonova.com/igreja/catequese/qual-e-missao-da-igreja/>. Acesso em: 9 set. 2022.

SALESIANOS. Estatísticas da Igreja Católica 2021: Número de católicos aumenta em todo o mundo, menos na Europa. Salesianos, 30 nov. 2021. Disponível em: <https://www.salesianos.pt/noticias/estatisticas-da-igreja-catolica-2021-numero-de-catolicos-aumenta-em-todo-o-mundo-menos-na-europa/>. Acesso em: 12 out. 2022

SBARDELOTTO, M. @Pontifex e os sacros tuítes: As redes sociais digitais segundo Bento XVI. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/noticias/517300-pontifex-e-os-sacros-tuites-as-redes-sociais-digitais-segundo-bento-xvi>. Acesso em: 20 out. 2022.

SILVA, G. M. R. Os meios de comunicação na Igreja Católica: novos rumos e uma Canção Nova. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro/ECO, Rio de Janeiro, 2009.

SILVA, M. F; NAPOLITANO, C. J. A Lei De Meios E A Concentração Dos Meios De Comunicação: Brasil e Argentina. *In: IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 2015. **Anais[...]**. Bauru, Universidade Estadual Paulista, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-0604-1.pdf>. Acesso em 07 set. 2022

SILVA, W. **10 momentos inesquecíveis do pontificado do Papa Francisco**. Disponível em: <https://www.acidigital.com/noticias/10-momentos-inesqueciveis-do-pontificado-do-papa-francisco-81964>. Acesso em: 12 set. 2022.

SIMON, M. Z. S. **Papa Francisco: uma encíclica viva de gestos e imagens**. Orientador: Prof. Dr. Norval Baitello Júnior. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, 2019. São Paulo: [s.n], 2019. 131 p.

SOCIAL MEDIA DO VATICAN NEWS fala sobre comunicação na igreja católica. Reportagem: Mateus Lino. Direção: Filipe Natali. Publicado pelo canal REVI. Abr. de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ELFc0S65PoM>>. Acesso em: 13 out. 2022

Vaticano publica novo Anuário Pontifício e Anuário Estatístico da Igreja. Disponível em: <https://gaudiumpress.org/content/vaticano-publica-novo-anuario-pontificio-e-anuario-estatistico-da-igreja/>. Acesso em: 28 ago. 2022.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Relatório de Visão Geral Global Digital 2022**. Vol. 05. Janeiro, 2022. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. Acesso em: 15 out. 2022


ZANON, Darlei. **Igreja e comunicação: uma aproximação histórica**. São Paulo: Paulus, 2021


APÊNDICE


Tabela 8: “Os *tweets* de cada mês que tiveram maior *retweets*, de 2017 a 2021”

Legenda: ■ Mensagem devocional – Calendário Litúrgico; ■ Mensagem religiosa – Abordagem a valores como fé e esperança; ■ Mensagem social – Preocupação com valores humanos; ■ Mensagem à juventude.			
Mês	2017	2018	2019
Janeiro	■ 09 de jan. 92 comentários 1,338 Retweets 3,890 Curtidas Não pode existir paz verdadeira, se cada um reclama sempre e somente o próprio direito, sem se preocupar com o bem dos outros.	■ 11 de jan. 114 comentários 5.080 Retweets 14,3K Curtidas Quem não sofre com o irmão sofredor, mesmo se diferente dele por religião, língua ou cultura, deve interrogar-se sobre a própria humanidade.	01 e 09 de jan. 491 e 238 comentários 6,567 e 6,004 Retweets 26.1K e 22.9K Curtidas ■ 01 - Jesus, Maria e José abençoem e protejam todas as famílias do mundo, para que nelas reinem o amor, a alegria e a paz. ■ 09 - Não tenham medo de chorar ao entrar em contato com situações difíceis: são gotas que irrigam a vida. As lágrimas de compaixão purificam o coração e os afetos. (NÃO AVALIADO) 27 - Quero exprimir a minha dor pela tragédia que atingiu o Estado de Minas Gerais no Brasil. Recomendo à misericórdia de Deus todas as vítimas e ao mesmo tempo rezo pelos feridos e exprimo meu afeto e proximidade espiritual às suas famílias. 571 COM. / 7,943 rt./ 44.7K
Fevereiro	■ 20 de fev. 106 comentários 3,382 Retweets 5,646 Curtidas Se o mal é contagioso, o bem também é. Deixemo-nos contagiar pelo bem e contagiemos o bem!	■ 17 de fev. 170 comentários 4,342 Retweets 13,1K Curtidas 17 - Somente quem sabe reconhecer os próprios erros e pedir desculpas recebe dos outros compreensão e perdão.	■ 25 de fev. 239 comentários 4,166 Retweets 17.6K Curtidas O amor de Deus é a única força capaz de fazer novas todas as coisas.
Março	18 e 30 mar. 131 e 166 comentários 3,047 e 3,914 Retweets 6,616 e 7,828 Curtidas ■ 18 - Exorto vocês a não criarem muros, mas pontes, a vencerem o mal com o bem,	■ 11 e 30 mar. 259 e 386 comentários 6,529 e 5,518 Retweets 17.9K e 18,2K Curtidas 11 - O que seria de nós, se Deus não nos desse sempre uma oportunidade para recomeçar de novo?	02 e 08 de mar. 402 e 255 comentários 4,223 e 5,051 Retweets 18K e 19.2K Curtidas ■ 02 - Às vezes podemos pensar que estamos sozinhos diante das dificuldades. Mas, mesmo que não intervenha imediatamente, o

	<p>a ofensa com o perdão, a viverem em paz com todos.</p> <p>30 - A oração é poderosa, a oração vence o mal, a oração traz a paz.</p>	<p>30 - Olhe para o Cristo Crucificado, n'Ele brota a esperança que dura para a vida eterna.</p>	<p>Senhor caminha ao nosso lado e, se continuarmos a seguir em frente, ele abrirá um novo caminho.</p> <p>08 - A mulher embeleza o mundo, o protege e o mantém em vida. Traz a graça que faz novas todas as coisas, o abraço que inclui, a coragem de doar-se. #DiaInternacionalDaMulher</p>
Abril	<p>16 de abr. 235 comentários 5,150 Retweets 11K Curtidas</p> <p>Boa Páscoa! Levem a todos a alegria e a esperança de Cristo Ressuscitado!</p>	<p>01 de abr. 428 comentários 8,076K Retweets 24.3K Curtidas</p> <p>Hoje ressoa o anúncio mais bonito: “O Senhor verdadeiramente ressuscitou, como havia previsto”. Feliz Páscoa para todos!</p> <p>OBSERVAÇÃO 29 - Nós realmente queremos a paz? Então, vamos banir as armas para não ter que viver no medo da guerra. 875 com./ 6,541 rt./ 21.8K curt.</p>	<p>21 de abr. 330 comentários 7,358 Retweets 30.7K Curtidas</p> <p>A ressurreição de Cristo é a verdadeira esperança do mundo. Boa #Páscoa!</p> <p>OBSERVAÇÃO 29 - Deus procura por você, mesmo que você não procure por Ele. Deus ama você, mesmo que você tenha se esquecido Dele. Deus vê em você uma beleza, mesmo que você pense ter desperdiçado todos os seus talentos em vão. 347 com./ 6,155 rt./ 25.5K curt.</p>
Mai	<p>10 e 21 mai. 159 e 171 comentários 3,567 e 3,761 Retweets 7,989 e 8,835 Curtidas</p> <p>10 - Deus é maior do que qualquer coisa, e basta somente uma vela acesa para vencer a mais escura das noites.</p> <p>21 - Maria nos ensina a esperar em Deus mesmo quando tudo parece sem sentido, mesmo quando Ele parece estar escondido.</p>	<p>25 de mai. 193 comentários 3,445 Retweets 13K Curtidas</p> <p>Que o amor de Deus e o amor ao próximo sejam os dois pilares da nossa vida.</p>	<p>01, 14 e 29 de mai. 376, 182 e 590 comentários 3,140, 3,701 e 3,297 Retweets 17.9K, 18.6K e 16.9K Curtidas</p> <p>01 - Que a figura de são José, o humilde trabalhador de Nazaré, nos oriente em direção a Cristo, sustente o sacrifício daqueles que praticam o bem e interceda por aqueles que perderam o emprego ou não conseguem encontrá-lo.</p> <p>29 - Confiando na bondade do Senhor, vocês entenderão o sentido dos acontecimentos e o propósito de suas vidas.</p>
Junho	<p>25 de jun. 162 comentários 3,504 Retweets 8,403 Curtidas</p> <p>Cada um de nós é precioso; cada um de nós é</p>	<p>15 e 26 jun. 135 e 344 comentários 4,140 e 12.2K Retweets 12.8K e 26.7k Curtidas</p> <p>15 - O amor é sempre um compromisso para com os</p>	<p>21 de jun. 324 comentários 6,666 Retweets 28.9K Curtidas</p> <p>Queridos jovens, gostaria de dizer a cada um de vocês: Deus ama você; nunca duvide,</p>

	<p>insubstituível aos olhos de Deus.</p>	<p>outros. Porque o amor se vê nas obras, não nas palavras.</p> <p>26 - Torturar pessoas é um pecado mortal! As comunidades cristãs se comprometem a apoiar as vítimas da tortura.</p>	<p>aconteça o que acontecer na vida; em qualquer circunstância, você é infinitamente amado.</p>
Julho	<p>18 e 23 jul. 104 e 184 comentários 3,630 e 3,654 Retweets 9,099 e 10.4K Curtidas</p> <p>18 - É preciso superar todas as formas de racismo, de intolerância e de instrumentalização da pessoa humana.</p> <p>23 - Quando precisamos de ajuda, vamos nos dirigir ao Pai que sempre olha para nós com amor e nunca nos abandona.</p>	<p>24 e 26 de jul. 231 e 213 comentários 4,290 e 5,859 Retweets 15.6K e 20.9K Curtidas</p> <p>24 - A oração nunca é vã: sempre brota algo de novo que, mais cedo ou mais tarde, produz frutos.</p> <p>26 - Os avós são um tesouro na família. Por favor, cuidem dos avós, amem-nos e façam com que conversem com as crianças!</p>	<p>04 de jul. 3.771 comentários 20,4K Retweets 47,5K Curtidas</p> <p>Vídeo do Papa chamando a atenção dos juizes para que estes sejam justos e íntegros, como Jesus.</p>
Agosto	<p>11 e 22 de ago. 294 e 2015 comentários 4,270 e 5,291 Retweets 10,8K e 12,2K Curtidas</p> <p>11 - Quando temos algo que nos faz sofrer, escutemos a voz de Jesus em nosso coração: “Não tenha medo, vá em frente! Eu estou com você!”</p> <p>22- Quando estamos um pouco tristes, quando parece que tudo dá errado, pensemos: “Deus me ama; Deus não me abandona”.</p>	<p>07 de ago. 154 comentários 4,512 Retweets 19.4K Curtidas</p> <p>Jesus nos revela que o rosto de Deus é amor.</p> 	<p>26 de ago. 340 comentários 5,732 Retweets 25,5K Curtidas</p> <p>Quem se aproxima de Deus não desanima, vai em frente: recomeça, tenta de novo, reconstrói.</p>
Setembro	<p>07 de set. 113 comentários 4,585 Retweets 12.5k curtidas</p> <p>Queridos jovens, não temam o futuro! Ousem sonhar grandes coisas! Mantenham viva a alegria, sinal do coração jovem que encontrou o Senhor.</p>	<p>26 de set. 1,644 comentários 28.3K Retweets 61.9k curtidas</p> <p>Rezemos para que no mundo prevaleçam os programas de desenvolvimento e não aqueles para os armamentos.</p> <p>OBSERVAÇÃO</p> <p>24 - Deixemos que o Espírito Santo nos revista com as armas do diálogo, da compreensão, da busca do</p>	<p>05 de set. 172 comentários 2,041 Retweets 11,7 Curtidas</p> <p>Procure permanecer um momento em silêncio deixando-se amar por Deus. Procure silenciar todas as vozes e gritos interiores e fique um momento em seu abraço de amor.</p> <p>#ViagemApostólica #Moçambique</p>

		<p>respeito recíproco e da fraternidade! 185 com. / 3,437 rt./ 13,8K curt</p> <p>27 - Jesus nos deu um programa simples para caminhar em direção à santidade: o mandamento do amor a Deus e ao próximo. 199 com./ 3,379rt./ 14.6K curt</p>	
Outubro	<p>02 e 12 de out. 338 e 641 comentários 5,653 e 10.6K Retweets 15,4K e 31.6K Curtidas</p> <p>02 - O anjo da guarda é um amigo que não vemos, mas que sentimos. Ele nos acompanha no caminho na terra até o céu.</p> <p>12 - Nossa Senhora Aparecida foi encontrada por trabalhadores pobres: hoje abençoa todos, especialmente aqueles que procuram um trabalho.</p>	<p>06 e 20 de out. 229 e 262 comentários 4,901 e 4,903K Retweets 18.1K e 18.8K Curtidas</p> <p>06 - Peçamos ao Senhor os dons do diálogo e da paciência, da proximidade e da acolhida que ama, perdoa e não condena.</p> <p>20 - Deus pode agir em quaisquer circunstâncias, mesmo em meio a aparentes fracassos.</p>	<p>14 e 25 de out. 191 e 187 comentários 1.963 e 1.924 Retweets 12,8K e 11,5K Curtidas</p> <p>14 - A todos nós, o Senhor dá uma vocação para nos fazer descobrir os talentos e as capacidades que possuímos a fim de colocá-los ao serviço dos outros.</p> <p>25 - Peçamos ao Senhor a luz para conhecer bem o que acontece dentro de nós. #SantaMarta</p> <p>Obs: Sínodo da Amazônia</p>  <p>Papa Francisco @Pontifex pt · 1 de out de 2019 Faça o vosso que acompanhem com a oração este importante evento eclesial, a fim de que seja vivido na comunhão fraterna e na docilidade ao Espírito Santo, que sempre nos dá caminhos para o testemunho do Evangelho. #SínodoAmazônia</p> <p>secretariad.amiad na Síntese do Grande Sínodo sul-Amazônico comunicado por @PapaFranciscoOficial</p> <p>Papa Francisco @Pontifex pt · 6 de out de 2019 Muitos irmãos e irmãs na Amazônia carregam orações passadas e aguardam para convulsão (re)estrutura do Evangelho, para voltar de amor da Igreja. Por eles, com eles, caminhamos juntos. #SínodoAmazônia</p>
Novembro	<p>02 e 30 de nov. 224 e 121 comentários 3,436 e 3,544 Retweets 10,9K e 10.1K Curtidas</p> <p>03 - Quando se reza é preciso a coragem da fé: tenha confiança de que o Senhor nos ouve!</p> <p>30 - O santíssimo nome de Deus jamais pode ser invocado para justificar o ódio e a violência contra outros seres humanos nossos semelhantes.</p>	<p>17 de nov. 294 comentários 7,409 Retweets 28.2K Curtidas</p> <p>Ninguém pode enganar a si mesmo pensando: "Estou bem porque não faço nada de errado". Para ser de Jesus não é suficiente não fazer nada de errado, é preciso fazer o bem!</p>	<p>28 e 24 de nov. 237 e 196 comentários 3.024 e 2569 Retweets 13,5K e 12,5K Curtidas</p> <p>28 - Como é importante aprender a ser uma mão amiga e estendida! Procurem crescer na amizade mesmo com aqueles que pensam de maneira diferente, para que a solidariedade cresça entre vocês e se torne a melhor arma para transformar a história.</p> <p>24 - No mundo atual, onde milhões de crianças e famílias vivem em condições desumanas, o dinheiro gasto e as fortunas obtidas no fabrico, manutenção e venda de armas, cada vez mais destrutivas, são um atentado contínuo que brada ao céu.</p>

<p>Dezembro</p>	<p>17 e 24 de dez. 365 e 182 comentários 4,500 e 5.496 Retweets 12,8K e 13,7K Curtidas</p> <p>17 - O Senhor nos dê a sabedoria para buscarmos o que é importante e a coragem de amar, não com palavras, mas com fatos.</p> <p>24 - Contemplando o Menino Jesus, amor humilde e infinito, digamos a Ele simplesmente: “Obrigado, porque você fez tudo isso por mim!”</p> <p>Todavia...</p> <p>09 - A corrupção deve ser combatida com força. É um mal baseado na idolatria do dinheiro que fere a dignidade humana. 214 com. / 3,665 rt / 10.3K curt.</p> <p>22 - Vamos libertar o Natal da mundanidade que o tomou como refém! O verdadeiro espírito do Natal é a beleza de sermos amados por Deus. 159 com. / 3,656 rt / 11.3K curt.</p>	<p>25 e 30 de dez. 239 e 471 comentários 4,614 e 5,021 Retweets 21.1K e 21.9K curtidas</p> <p>25 - Cristo nasceu para nós! Venham todos vocês que buscam o rosto de Deus: Ele está ali, naquele Menino, colocado numa manjedoura.</p> <p>30 - Jesus, Maria e José abençoem e protejam todas as famílias do mundo, para que nelas reinem o amor, a alegria e a paz.</p>	<p>24 de dez. 282 comentários 2.948 Retweets 17,6 Curtidas</p> <p>Querido irmão, querida irmã, se as tuas mãos te parecem vazias, se vês o teu coração pobre de amor, esta é a tua noite. Manifestou-se a graça de Deus, para resplandecer na tua vida. Acolhe-a e brilhará em ti a luz do Natal.</p> <p>OBSERVAÇÃO:</p>  <p>1° 2° 3°</p> <p>i</p>
------------------------	---	---	--

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Tabela 9 – “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens com abordagem cristã”

Termo/ sinônimo	Quantidade
Deus (15) / Senhor (7) / Pai (1)	23
Não	13
Amor (9)/ amar(5)	14
Você	7
Bem (6) / bondade (1)	6
Nós(6)/ nosso (2)/ Todas(2)/todos(2)	12
Oração	4
Sempre	4
Jesus (4) / Cristo (1)	5
Vida (3) / Vidas (1)	4
Medo	2
Coração	2
Mal	2
Abandona (2) / Sozinhos (1) / Esquecido (1) / Desanima (1)	5
Estou	2

Peçamos	2
Coragem	2
Perdão (2) – Desculpa / Reconhecer (1)	3
Chorar (1) / Tristes (1) / Sofrer (1)	3
Recomeça (3) / Reconstruir (1)	4
Compaixão	1
Paz	1
Esperança	1
Precioso/Insubstituível	1
Silêncio-silenciar (2) / Vozes-gritos (2)	4
Abraço (1) / Acolhida (1)	1
Santidade	1
Mandamento	1
Dons	1
Diálogo	1
Paciência	1
Vocação	1
Confiança	1

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Tabela 10 – “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens devocional”

Termo/ sinônimo	Quantidade
Amor	4
Cristo (4) / Jesus (3)	7
Deus (3) / Senhor (1)	4
Maria (3) /Nossa Senhora (1)	3
José	3
Todos (4) / Todas (2)	4
Mundo	3
Alegria	3
Páscoa (3) / Ressuscitou (2)	5
Verdade	2
Abençoem	2
Protejam	2
Família	2
Paz	2
Esperança	2
Humilde	2
Bem	1
Esperar	1
Vida	1
Trabalho (3) / Emprego (1)	4
Você	2
Nos (3) / Nós (1)	4

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).

Tabela 11 – “Termos mais recorrentes da categoria: Mensagens social”

Termo/ sinônimo	Quantidade
Não	5
Paz	3
Mundo	3
Bem	2
Armas (2) / Armamentos (1) / Arma (1)	4
Avós	2
Crianças	2
Sofre (1) / Sofredor (1)	2
Religião	1
Cultura	1
Humanidade (3) / Pessoa (1) / Pessoas (1) / desumanas (1)	6
Perdão	1
Mal	1
Mulher	1
Vida (1) / Viver (1) / Viverem (1) / Vivem (1)	4
Abrço	1
Coragem	1
Torturar (1) / tortura (1)	2
Apoiar	1
Vítimas	1
Medo	1
Guerra	1
Racismo	1
Intolerância	1
Instrumentalização	1
Família(s)	2
Amem-nos	1
Rezemos	1
Conversem	1
Ódio	1
Violência	1
Deus	1
Amizade	1
Solidariedade	1
Dinheiro (1) / Gasto (1) / Fortunas (1)	3

FONTE: Elaborado pelo autor (2022).