

PUCRS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

JOCIANE MARCHESAN OLING

**A COMUNICAÇÃO DE PAPA FRANCISCO NO *INSTAGRAM* NO CONTEXTO
MULTICULTURAL CONTEMPORÂNEO**

Porto Alegre
2018

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

JOCIANE MARCHESAN OLING

**A COMUNICAÇÃO DE PAPA FRANCISCO NO *INSTAGRAM* NO CONTEXTO
MULTICULTURAL CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Juremir Machado da Silva

Porto Alegre

2018

JOCIANE MARCHESAN OLING

**A COMUNICAÇÃO DE PAPA FRANCISCO NO *INSTAGRAM* NO CONTEXTO
MULTICULTURAL CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Comunicação Social da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul como
requisito para obtenção do título de Mestre em
Comunicação Social.

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva – PUCRS

Juliana Tonin - PUCRS

Leomar Brustolin – PUCRS

*Dedico esse trabalho à minha mãe
Lourdes Celia que, com tanto carinho,
me acompanhou e me incentivou nessa
bela jornada acadêmica.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e à força do Espírito Santo que me fortaleceram e concederam a persistência e a sabedoria para continuar até o fim.

Agradeço à minha mãe que é meu incentivo e minha força que não mediu esforços para eu chegar até aqui pelo amor, compreensão e suas orações, pois sempre acreditou no meu potencial.

Agradeço ao professor orientador Juremir Machado da Silva pela paciência, atenção, por partilhar seu conhecimento e experiência me acompanhando nessa jornada final. Gratidão também ao professor e bispo Dom Leomar Brustolin e à professora Juliana Tonin que compunham a banca examinadora trazendo excelentes contribuições para que esse trabalho acontecesse.

Agradeço também aos professores que ministraram as disciplinas que foram tão importantes para minhas reflexões pessoais e acadêmicas, em especial à professora Maria Inês Corte Vitória, do Programa de Mestrado em Educação, pela sua simplicidade e delicadeza que me comoveram e incentivaram ainda mais meu desejo como educadora.

Agradeço também aos meus colegas de mestrado pela troca de experiências, pelo incentivo e pelos momentos de descontração que tivemos.

E por fim, sou grata também a todos os meus familiares e amigos pelo apoio e compreensão em virtude de muitas ausências nos últimos anos. No mais, gratidão por todos que, de alguma maneira, contribuíram para atingir meu objetivo acadêmico diante de tantas dificuldades enfrentadas. Muito obrigada e que Deus abençoe a cada um de vocês.

RESUMO

O desenvolvimento da tecnologia e da mídia digital têm proporcionado questionamentos e inseguranças nas relações humanas e sociais, especialmente no ambiente religioso. No entanto, apesar de ser o método de relacionamento mais antigo, a prática da comunicação continua sendo um fenômeno epistemológico com grandes problemas ao longo dos séculos. Não é à toa que os maiores problemas sociais provêm da falta de diálogo e de uma comunicação adequada.

No presente trabalho, abriremos uma discussão pela esfera das relações humanas através da mídia digital. Partiremos do potencial comunicativo do catolicismo desdobrado indiretamente na representação do Papa Francisco, utilizando como ambiente o aplicativo *Instagram*. Serão observados seu discurso de linguagem, a perspectiva semiótica e como a plataforma favorece no propósito de comunicação de Jorge Mário Bergoglio, ao ponto de ser considerado o maior ícone religioso da atualidade.

Para contextualizar o estudo, será adotado um aporte teórico sobre secularização, mídia, a igreja e os ícones religiosos, semiótica, cibercultura e a prática dos multiletramentos semióticos. O método qualitativo escolhido é a análise de conteúdo do perfil *@franciscus* no *Instagram*.

Apesar de não ser totalmente possível, a comunicação do Papa Francisco no contexto multicultural pode nos proporcionar uma alternativa para decifrar o enigma das relações interpessoais digitais, onde cada um quer ser mais visto e ouvido ao invés de ver e ouvir. Logo, esperamos que esse estudo possa contribuir para uma reflexão da técnica comunicativa diante da importância que ela traz para a sociedade.

Palavras-chave: comunicação; internet; religião; Papa Francisco; *Instagram*.

ABSTRACT

The development of technology and digital media has given rise to questions and insecurities in human and social relations, especially in the religious environment. However, despite being the oldest method of relationship, the practice of communication continues to be an epistemological phenomenon with great problems throughout the centuries. It is not by chance that the greatest social problems come from a lack of dialogue and adequate communication. In the present work, we will open a discussion on the sphere of human relations through digital media. We will start from the communicative potential of Catholicism indirectly unfolded in the representation of Pope Francis, using the Instagram application as environment. His speech of language, the semiotic perspective and how the platform favors the communication purpose of Jorge Mário Bergoglio, to the point of being considered the greatest religious icon of the present time will be observed.

To contextualize the study, a theoretical contribution on secularization, media, church and religious icons, semiotics, cyberculture and the practice of semiotic multiletrations will be adopted. The qualitative method chosen is content analysis of the @franciscus profile on Instagram.

Although it is not entirely possible, the communication of Pope Francis in the multicultural context can provide us with an alternative to decipher the riddle of digital interpersonal relations, where each wants to be seen and heard more than to see and hear. Therefore, we hope that this study can contribute to a reflection of the communicative technique in view of the importance it brings to society.

Keywords: communication; internet; religion; Pope Francisco; Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: A Expulsão de Adão e Eva do Paraíso, Michelangelo Buonarroti, Teto da Capela Sistina, 1508/12.....	24
Figura 2: Cristo, a Divina Sabedoria. Tessalônica, século XIV.....	25
Figura 3: Figura do Sagrado Coração de Maria.....	26
Figura 4: Pintura do Sagrado Coração de Jesus.....	26
Figura 5: Madre Teresa de Calcutá.....	29
Figura 6: São João Paulo II.....	32
Figura 7: Terço de São João Paulo II.....	33
Figura 8: Bento XVI.....	35
Figura 9: Papa Francisco, 2013.....	38
Figura 10: Pintura de São Francisco de Assis.....	43
Figura 11: Perfil @Pontifex no Twitter.....	47
Figura 12: Exemplo de pesquisa através do “#” no <i>Instagram</i> – pesquisa por #papafrancisco. Fonte: <i>Instagram</i> da autora.....	62
Figura 13: <i>Interface Instagram</i> - perfil do Papa Francisco, 2017. Fonte: <i>Instagram</i> da autora.....	64
Figura 14. <i>Instagram</i> – Feed de publicações e no topo <i>stories</i> de perfis seguidos pela autora, 2017. Fonte: <i>Instagram</i> da autora.....	65
Figura 15. <i>Instagram</i> : Ícone original e novo ícone. Fonte: Techcrunch.....	66

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comparativo de postagens por mês no perfil *@franciscus*.....71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de postagens por mês no perfil @franciscus.....	70
Tabela 2: Temas mais postados no perfil @franciscus.....	72
Tabela 3: Assuntos referentes à categoria Espiritualidade no perfil @franciscus.....	73
Tabela 4: Assuntos referentes à categoria Práticas Cristãs no perfil @franciscus.....	77
Tabela 5: Assuntos referentes à categoria Sofredores no perfil @franciscus.....	88
Tabela 6: Assuntos referentes à categoria Cultura do Encontro no perfil @franciscus.....	95
Tabela 7: Assuntos referentes à categoria Pessoas no perfil @franciscus.....	99

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 O SÉCULO XXI E OS ÍCONES RELIGIOSOS.....	17
1.1 Transformações do novo século.....	17
1.2 Secularização: um novo encantamento religioso.....	20
1.3 Figuras icônicas e a religiosidade atual.....	22
1.4 O ícone Madre Teresa de Calcutá.....	28
1.5 O ícone João Paulo II.....	31
1.6 O antecessor de Francisco, Bento XVI.....	34
2 O ÍCONE PAPA FRANCISCO.....	37
2.1 A história do jovem Jorge Mario Bergoglio.....	37
2.2 Companhia de Jesus: a ordem de Jorge Mario Bergoglio.....	39
2.3 O Pontificado de Papa Francisco.....	40
2.4 Por que o nome “Francisco” para a Igreja.....	42
2.5 O discurso do Papa Francisco e sua abordagem semiótica.....	44
2.6 Papa Francisco e a mídia.....	45
3 SEMIÓTICA: A ANTROPOLOGIA DOS FATOS ATRAVÉS DA MÍDIA....	49
3.1 Mídia e cultura.....	53
3.2 A cultura da comunicação na Igreja Católica.....	55
3.3 A semiótica e seus múltiplos letramentos.....	56
3.4 Mídia da cibercultura e a semiótica.....	60
3.5 Comunidade virtual <i>Instagram</i>	61
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	67
5 ANÁLISE.....	69
5.1 Análise da Categoria Espiritualidade.....	72
5.1.1. Análise de Postagens sobre Espiritualidade.....	73
5.1.2. Interpretação das Postagens sobre Espiritualidade.....	73
5.2 Análise da Categoria Práticas Cristãs.....	77
5.2.1. Análise de Postagens Práticas Cristãs.....	77
5.2.2. Interpretação das Postagens sobre Práticas Cristãs.....	79
5.3 Análise da Categoria Sofredores.....	88

5.3.1. Análise de Postagens sobre Sofredores.....	88
5.3.2. Interpretação das Postagens sobre Sofredores.....	90
5.4 Análise da Categoria Cultura do Encontro.....	88
5.4.1. Análise de Postagens sobre a Cultura do Encontro.....	95
5.4.2. Interpretação das Postagens sobre a Cultura do Encontro.....	96
5.5 Análise da Categoria Pessoas.....	99
5.5.1. Análise de Postagens sobre Pessoas.....	99
5.5.2. Interpretação das Postagens sobre Pessoas.....	100
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
REFERÊNCIAS.....	107
APÊNDICES.....	111

INTRODUÇÃO

Com a revolução industrial e o avanço capitalista a partir do século XVIII, surgiu uma sociedade globalizada. Acrescenta-se a isso a evolução dos meios de comunicação de massa, as tecnologias, a informatização e a internet. No ambiente virtual, uma nova forma de se conviver em sociedade vem se manifestado e, por consequência, uma nova compreensão do espaço-tempo no campo das informações, facilitando assim o acesso aos instrumentos midiáticos. Há quem defenda que essas tecnologias são prejudiciais, sob a perspectiva de que, com seus adventos, o indivíduo diminui seu convívio social. Mas há também opiniões favoráveis a essa mídia, observando suas inúmeras vantagens no contexto da comunicação, da sociedade e da religião.

O objetivo deste estudo refere-se à relação entre religião e comunicação, mais precisamente a relação de Jorge Mario Bergoglio com as tecnologias de informação. O principal problema que se busca solucionar são as maneiras como Bergoglio e sua equipe utilizam em suas estratégias de comunicação na mídia digital que estão obtendo destaque significativo diante de outros líderes religiosos.

Em sequência, durante as pesquisas o tema demonstrou-se proveitoso no âmbito acadêmico e em boa parte perturbador, visto que tecnologia e religião são temas que se distanciam entre si, limitando as discussões pela sua complexidade e pelos segredos pouco revelados à humanidade durante séculos.

Busca-se, assim, verificar o desencadeamento desse processo de expansão da informatização no catolicismo, entre as lideranças religiosas, quais as mudanças ocasionadas, suas características e se esse recurso influencia a fé dos fiéis. Para responder essas indagações, propõe-se utilizar autores como o grande pensador da Era da Informação, Manuel Castells, além do filósofo e antropólogo Jesús Martín Barbero, do professor Marko Ampuja, de Henry Jenkins, Michel Maffesoli, Pierre Lévy, Régis Debray, além de outros pensadores. Também serão usados artigos e reportagens para exemplificar e analisar esse ambiente da informatização nos meios de comunicação de massa e na religião.

Tal reflexão é de considerável relevância, pois se busca entender as razões dessa crescente mudança, tanto no ambiente cultural como no religioso, contribuídos ou não pela mídia digital. Entender esse processo é importante à medida que essa ameaça interfere no comportamento de uma ideologia¹ tradicional, na maneira de conviver em sociedade, sobretudo, nas mudanças de comportamento.

Um exemplo de transformação com fácil acesso à informação é a reportagem publicada pela jornalista Ingrid Fagundez, no dia 4 de março de 2016 no site G1.com, cujo título é “Por que as mulheres estão usando as redes sociais para abandonar a pílula”², que demonstra o suporte das redes para modificar hábitos no uso de medicamentos anticoncepcionais. Elas utilizam grupos online para trocar informações que envolvem efeitos colaterais dos medicamentos, além de outras consequências menos agressivas à saúde, como a “tabelinha” por exemplo.

Outro exemplo de proximidade e interatividade no contexto da religião é o uso das redes sociais por líderes católicos na busca e na conquista de seguidores. Em reportagem realizada no Programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, e posteriormente publicada também em 4 de março de 2016 no site G1.com³, o padre brasileiro Fábio de Melo conta sua experiência como produtor de mídias no aplicativo interativo *SnapChat*. Em seu depoimento, fala dos resultados que tem conquistado com a interação dos fiéis de diferentes idades e perfis.

Castells também vem colaborar com a perspectiva de que é crescente a utilização da internet como plataforma de acesso aos meios de comunicação de massa (rádio, jornais, televisão), dispositivos culturais ou digitais. “A internet já transformou a televisão”. (CASTELLS, 1999, p. 11).

Tal declaração pressupõe que o capitalismo e a informatização proporcionaram mudanças significativas no comportamento e nos hábitos da sociedade, nos meios de

¹ Ideologia no sentido neutro de conjunto de ideias, doutrinas e pensamentos ligados a visões de mundo de um indivíduo ou grupo, orientando seus comportamentos morais, sociais e políticos.

² Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/03/por-que-milhares-de-mulheres-estao-usando-redes-sociais-para-abandonar-pilula.html>>. Acesso em 15 de maio de 2017.

³ Disponível em <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2016/03/fabio-de-melo-o-padre-pop-vira-febre-com-seus-videos-em-app-de-sucesso.html>>. Acesso em 15 de maio de 2017.

comunicação e, sobretudo, no comportamento político, econômico e religioso. É o que Marko Ampuja (2012) denomina de “mídiatização” geral da teoria social.

Jesús Martín Barbero, em seu estudo na América Latina, contribui com uma perspectiva transacional positiva, tanto que ele considera o indivíduo não como consumidor passivo, sem opiniões, mas sim ativo e transformador das mídias e culturas.

Isso significa que ele institucionaliza o poder da decisão em sua cultura. A interação em tempo real permite ao receptor não só escolher aquilo que assiste, mas também produzir conteúdo e apropriar-se daquilo que modifica seu comportamento. “O surgimento de tais tecnologias na América Latina se inscreve, em todo caso, num velho processo de esquizofrenia entre modernização e possibilidades reais de apropriação social e cultural daquilo que nos moderniza” (BARBERO, 1998, p. 265). Essa colocação indica que o indivíduo, fortalecido por sua base cultural, tem autonomia e a livre escolha para escolher o que ele considera benéfico e essencial à sua evolução como sujeito social. Isso inclui a esfera religiosa.

Henry Jenkins (2009) em seu trabalho sobre transmídia define que o tempo está fragmentado e se converge com mídias diferentes ao longo de seu histórico. Isso inclui mídias sociais e vídeos virais. Sendo assim, as mídias e suas histórias estão integradas e convergentes entre si.

As mídias tradicionais surgem em novos dispositivos, especialmente no aparelho celular. Conseqüentemente, modificam suas produções, surgindo uma nova concepção. A relação com o tempo e o acontecimento do audiovisual é modificada quando passa do controle de imagens gravadas e editadas para a liberdade da transmissão em tempo real, ou seja, a transmissão ao vivo e o improviso. Esse novo formato é encontrado em diferentes materiais audiovisuais nas redes sociais bem como em aplicativos.

Ao obter um panorama de mudanças culturais, tanto na relação da mídia com o público, como entre as próprias mídias, existe a compreensão de que os recursos, em especial a internet, adotam novos formatos e intermediações. A mídia digital apresenta possibilidades de interatividade entre fiéis e a igreja, não abandonando a presença física ao templo, mas possibilitando novas formas de comunicação.

Apesar de não ter o contato físico, essas novas experiências virtuais da fé proporcionam conforto espiritual e comodidade. Nessa liberdade de tempo-espço, o fiel pode escolher o momento apropriado para acessar determinado conteúdo disponível na rede,

especialmente em situações de dificuldades, ou apenas para proporcionar uma sensação de bem-estar.

Com a busca crescente de métodos e alternativas para o desenvolvimento da espiritualidade, surgiram novos grupos e instituições incluindo as autoridades religiosas. A partir dessa realidade, a igreja católica tem procurado uma maneira diferente de se aproximar dos cristãos. Elegeram, então, um Papa com um pensamento inovador a partir de uma linguagem popular e acessível. Jorge Mario Bergoglio propôs uma comunicação íntima entre o catolicismo e o fiel com o intuito de resgatar seguidores e a credibilidade da instituição.

Essa preocupação da Igreja Católica com a comunicação não é um acontecimento novo, pois foi uma das precursoras no exercício da imprensa e dos meios de comunicação, tanto que hoje procura se adaptar progressivamente a esse universo. Pelo menos por quatorze séculos sua comunicação era manuscrita, registrada através de símbolos ou mesmo pela oralidade. *A posteriori*, começou a utilizar métodos que acompanhavam o registro da informação de cada século, como a comunicação impressa, por exemplo.

Obtendo um enfoque específico à representatividade do catolicismo, observa-se a opinião da autoridade católica Jorge Mario Bergoglio a respeito da interatividade no ambiente midiático. Na mensagem dedicada ao 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais em 1º de junho de 2014, Papa Francisco declara que a internet é um “dom de Deus”⁴. Usando-as com sabedoria, o religioso afirma que são maneiras que permitem crescer no diálogo: “Os meios de comunicação podem ajudar-nos nisso, especialmente nos nossos dias em que as redes da comunicação humana atingiram progressos sem precedentes. Particularmente, a Internet pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isso é uma coisa boa, é um dom de Deus”.

Baseado nisso, será delimitado um foco de análise tomando como suporte a comunicação da maior autoridade religiosa do catolicismo, Papa Francisco, com o nome Jorge Mario Bergoglio.

Neste trabalho de pesquisa pretende-se demonstrar como a evolução das mídias, especialmente a internet, participam da comunicação e da cultura de um líder religioso. A

⁴ Comunicação a Serviço de uma Autêntica Cultura do Encontro. Mensagem de Papa Francisco para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2014. Impresso por Paulus.

partir disso, verificar a conectividade simultânea em qualquer lugar com a possibilidade de originar um novo mundo e uma nova perspectiva sobre a religião. Uma análise que possibilita respostas aplicadas tanto no ramo da comunicação, como na sociologia, antropologia, filosofia ou na religião.

Para complementar tal discussão serão analisadas postagens coletadas do próprio perfil *@franciscus* no aplicativo *Instagram* administrado pela assessoria de Papa Francisco. A metodologia de pesquisa utilizada é a análise de conteúdo. Foram selecionadas diversas fotografias, slides e vídeos do perfil entre 1 de janeiro e 1 de setembro de 2017. Para melhorar a compreensão e a interpretação, as postagens foram analisadas e organizadas em cinco categorias que estabeleçam alguma proximidade entre si. Logo, foram denominadas da seguinte maneira: 1- Espiritualidade; 2- Práticas Cristãs; 3- Sofredores; 4- Promovendo a Cultura do Encontro; 5- Pessoas.

Para alcançar os objetivos propostos, a dissertação está subdividida em cinco capítulos, a introdução e as considerações finais. O primeiro capítulo compõe o processo evolutivo da comunicação contemporânea e discute a secularização como uma nova forma de reencantamento na religião. Também aponta relevantes ícones religiosos que representaram a história da igreja católica como Jesus Cristo, a Virgem Maria, e os ícones do último século como Madre Teresa de Calcutá, João Paulo II e Bento XVI partindo do pressuposto que ainda na contemporaneidade e com a facilidade da tecnologia a igreja venera os ícones religiosos. O segundo capítulo é dedicado à vida e ao papado de Francisco, o argentino Jorge Mario Bergoglio. São analisados seu histórico profissional na igreja, sua ordem, como chegou ao pontificado, a escolha pelo nome papal, seu discurso e sua comunicação na mídia.

No terceiro capítulo, é abordado o contexto semiótico da igreja, do Papa e sua relação com a mídia frente às mudanças culturais. Também são desenvolvidos alguns conceitos sobre o multiletramento semiótico, a cibercultura e o aplicativo *Instagram*, plataforma escolhida para analisar qualitativamente a comunicação de Papa Francisco. O quarto capítulo justifica as escolhas metodológicas da pesquisa, neste caso a aplicação da análise de conteúdo. E por fim, o quinto capítulo apresenta os procedimentos epistemológicos, a análise das categorias e a interpretação dos dados a partir da técnica de pesquisa.

1 O SÉCULO XXI E OS ÍCONES RELIGIOSOS

O capítulo inicia analisando as mudanças da sociedade do século XXI. Mutações no âmbito tecnológico, econômico, cultural e religioso que provocam fenômenos significativos na relação entre a sociedade e a comunicação.

1.1 As transformações do novo século

O sociólogo francês Michel Maffesoli (1997) categoriza as transformações sociais deste século como um processo de tribalização do mundo. Ideias de proletariado e classes sociais, por exemplo, perdem sua intensidade e dão lugar ao conceito de tribalismo e valorização de grupos.

Seriam clãs sem grandes projetos de vida mas que buscam a perpetuação de poder. Também as revoluções, as conquistas de classes que trabalham para “estar junto” entre as tribos, entre um agrupamento de pessoas que estão ligadas por algum motivo, seja pela cultura, pelo lazer, pela comunicação, etc. “(...) a metáfora da tribo, por sua vez, permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela.(...)” (1997, p. 9).

Maffesoli estabelece um nome a essa aglomeração chamando de “socialidade”, que remete à ideia de agrupamentos urbanos presentes nas relações em comunidade. Para ele, a pós-modernidade é o crescimento do *homo estheticus* e o resgate das conexões na comunicação.

As relações que compõem a socialidade constituem o verdadeiro substrato de toda vida em sociedade, não só da sociedade contemporânea, mas de toda vida em sociedade. São os momentos de despesa improdutiva, de engajamentos efêmeros, de submissão da razão à emoção de viver o “estar junto” que agrega determinado corpo social. Assim, é a socialidade que “faz sociedade”, desde as sociedades primitivas com seus momentos efervescentes, ritualísticos ou mesmo festivos, até as sociedades tecnologicamente avançadas...” (MAFFESOLI, 1998, p. 3).

Com a revolução tecnológica, são observados progressos antes inimagináveis e que contribuíram para algumas mudanças. Isso criou possibilidades de conexão na conjuntura

econômica e política. Por outro lado, o consumo tecnológico trouxe consigo o aumento da miséria, o surgimento de novas doenças, o crescimento da violência, como também a expansão de novas crenças e doutrinas religiosas. Inúmeras mudanças que provocaram na sociedade um sentimento de insegurança e desorientação.

Além disso, houve uma diversidade de informações e constantes questionamentos. Tanto que os pensadores contemporâneos começaram a buscar respostas sobre a pós-modernidade e a razão tecnológica.

Transportes públicos e privados, metrô, aviões, navios, submarinos, assim como novas mídias de redes como rádio, telefone, televisão, internet e mídia digital. Essas novas alternativas de transporte e as novas mídias reconfiguraram a informação entre regiões geográficas criando uma nova dinâmica de redes, denominada por muitos autores de globalização. Com Maffesoli (1997) convém compreender essa comunicação como uma nova forma espaço-tempo constituída como novo nomadismo.

Maffesoli defende a necessidade de entender que a cultura do nomadismo, constituída por relações de pessoas, objetos e poderes, está em constante modificação. Tanto que vem destacando-se principalmente no âmbito econômico e político.

(...) sacralização das relações sociais, que o positivista Durkheim chamou, a sua maneira, o “divino social”. É assim que, por minha parte compreendo a Potência da Socialidade que através da abstenção, do silêncio, e da astúcia se opõe ao poder econômico-político. (...) (MAFFESOLI, 1998, p. 5).

A sociedade do século XXI convive com impasses nos próprios discursos, os quais são reforçados pela acessibilidade da informação. Por exemplo, a cada nova informação sobre alimentação, menos se alimenta. Quanto mais bens materiais se possui, como imóveis, carros, capitais, status, mais feliz e bem-sucedido é. Quanto mais se envelhece, com as descobertas científicas na prevenção, tratamento e cura de doenças, antes nunca desvendadas, mais belo e jovem se torna. Acima de tudo, uma referência para os demais. Isso ocorre em todas as classes sociais a começar pela classe dominante, cujos indivíduos têm maior liberdade sobre seu corpo.

Assim como algumas pílulas prometiam a felicidade no século XX, os moderadores de apetite são a “alternativa milagrosa” do século XXI. A busca pela beleza em academias,

centros de estética, cirurgias plásticas e a indústria da moda movimentam boa parte da economia. A aparência define a moral e a conduta, percorrendo em todas as classes sociais e regiões.

No tocante ao ambiente cultural, observando as transformações dos últimos vinte anos, Michel Maffesoli (1997) leva a crer que, enquanto a sociedade modifica as estruturas de comportamento, o Estado tenta acompanhar esse percurso, porém sem grande sucesso. Isso porque as consequências de qualquer transformação social dificultam o controle e o atendimento das demandas que a própria sociedade exige à administração estatal. As estruturas culturais elencadas ao conceito anterior de modernidade do Estado apresentam-se contrárias à velocidade recente da tecnologia, da mobilidade e dos avanços, demonstrando assim, pouca ou nenhuma identidade com a nova realidade deste século.

As transformações da contemporaneidade também modificam o ambiente da religião. Maffesoli propõe diferentes formas de identidade e socialidade. A imagem tem sua compreensão imediata. Logo, é referência de identificações comuns e emoções vividas. Portanto, são emoções, sentimentos e vivências participados de maneira mais intensa pela coletividade e, em diferentes países, marcados pela alteridade e imanência: atentados terroristas, guerras religiosas, ataques a santos, escândalos e invasões.

Por outro lado, há o surgimento de novas religiões, seitas, doutrinas e filosofias, cada qual com seus ritos e costumes. Cada grupo com seus ícones, personagens, símbolos sagrados e talismãs. Todos constituem essa nova cultura da socialidade “que permite a todos exprimir e viver muitas potencialidades do seu ser” (MAFFESOLI, 1995, p.79).

Essa representação da socialidade compreende uma perspectiva emocional de “religar” a sociedade com a religião. O sentimento de comunidade, da troca de emoções e relações sentimentais, facilita a mudança e também a relevância de novas formas de convivência. Maffesoli (1995) destaca que essa mudança de expressão destina-se a novas atitudes, por exemplo, a ausência de locais sagrados, igrejas ou templos. Criou-se, então, uma nova configuração de “templo” em outros espaços como clubes, eventos sociais, salões, garagens, lojas, etc.

Outra mudança é a representação de um ser superior. Maffesoli afirma que o divino não está mais distante, no estado transcendental, como antigamente. Não existe mais paraíso ou inferno, e sim a vivência da religião (ou religiosidade) no cotidiano, nas ações entre as

peças, ou seja, no presente. A importância se dá nas ações realizadas no mundo terreno, na afirmação da existência grupal e nas manifestações sociais. No entanto, esse novo conceito religioso contribui para uma nova busca do sujeito e a conquista de novas referências do divino.

A análise pode ser também necessária a partir da perspectiva do imaginário diagnosticado por Maffesoli. Para ele, imaginário “é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável”. (...) “O imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo” (2001, p. 75-76).

Também, o escritor, professor e jornalista brasileiro Juremir Machado da Silva configura o imaginário com uma ideia de estar incluso, ou seja, um

reservatório, agrega imagens, sentimentos, lembranças, visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal” (SILVA, 2003, p. 11-12).

Um universo com novas interpretações e reconstruções, tanto culturais como sociais que, a partir das perspectivas, tornam uma obra coletiva. Desconstruir e reconstruir são considerações de caráter imaginário, pois através dele “cada um faz sua obra de arte” (SILVA, 2003, p. 51). E tudo acontece na nova realidade do século XXI, cujo homem é participativo, constrói novas opiniões e significados simbólicos, criando uma nova rede de cooperação.

Portanto, esse novo processo é o resultado de novas ideias que se formam a distância mas também resultam da aproximação causada pela tecnologia da informação. E esse senso de pertencimento está presente nas comunidades virtuais, redes sociais, etc., o que seria a denominada socialidade de Maffesoli. Um ciberespaço que ultrapassa a lógica do tempo, do espaço, possibilita conexões e facilita a informação. E para uma melhor compreensão sobre as mudanças da pós-modernidade, busca-se entender também o processo da secularização.

1.2 Secularização: um novo encantamento religioso

O processo começou no século XVII através da mudança nas instituições e nas ações individuais retirando-se do princípio sagrado e intocável para uma ratificação temporal, acessível e realista, seguindo assim até os dias atuais.

O filósofo canadense Charles Taylor (2012, p. 159) fundamenta esse conceito como uma alternativa, “– uma concepção da vida social na qual o ‘secular’ era tudo o que havia [...] O secular era, em seu novo sentido, oposto a qualquer reivindicação feita em nome de algo transcendente a este mundo e seus interesses”. Uma jornada de racionalização política no ocidente cuja religião é separada das leis do Estado, tornando-se assim, uma sociedade ocidental autônoma, laica e dessacralizada.

Esse novo conceito de crenças é traduzido como um “reencantamento do mundo” (MAFFESOLI, 2002) reconhecendo sua maleabilidade. Isso se comprova também na citação de Antônio Pierucci: “posso até mesmo falar em reencantamento – não o retorno a um mundo encantado, cujo sentido unitário a ciência moderna dissipou de uma vez por todas, mas sim e tão só a remagificação do campo religioso, da oferta religiosa” (2000, p. 21).

Paulo Barrera Rivera contribui também ao discutir sobre o pentecostalismo quando diz que “o que se reencantou foi o culto [...] o culto pentecostal constitui uma bolsa de magia sistematizada que contrasta com uma sociedade desencantada ou em desencantamento” (2001, p.113). Já Peter Berger (2014) contrapõe que não há desencantamento, pelo contrário. Salvo exceções, o homem é tão religioso quanto antes.

O que ocorre é que algumas instituições religiosas perderam seu poder, mas as doutrinas, crenças individuais e até algumas práticas tradicionais ainda perduram. Sendo assim, a tese dessas diferenças pode ter influência dessa pós-modernidade de maneira tanto positiva quanto negativa.

Essa nova realidade pós-moderna encoraja o sujeito na sua identidade, capaz de constituir sua nova ordem moral, sua ética, sem a necessidade de referências externas ou superiores a ele. Taylor (2010) justifica essa mudança nas pequenas reformas dentro das próprias instituições religiosas. Antes, seus fiéis eram atraídos pelo medo, pela angústia, pela conquista do paraíso, pelo pecado e as ações devocionais. Agora ocorre uma busca maior pela espiritualidade individual, pelo bem-estar interior e pelo relacionamento entre os indivíduos.

José V. Casanova, um dos sociólogos da religião mais conhecidos da atualidade, comenta que a secularização é sinal de evolução e um processo inevitável. Ele conceitua e

separa as genealogias da secularização em três vertentes: implícita à secularização, cuja intenção é de criticar a teoria genealógica e teleológica da religião; propor uma genealogia de acordo com os parâmetros ideológicos da nova secularização; expor a origem mais conveniente sobre a secularização da Europa. Sobretudo, sua intenção é apresentar uma nova interpretação diante das realidades fora do padrão ocidental e do cristianismo. (CASANOVA, 2001)

Nessa nova realidade, Casanova apresenta duas grandes transformações na religião. Uma é a reconstrução do tradicionalismo religioso no mundo de maneira que possa estabelecer pequenos grupos “imaginados”, globalizados e desterritorializados. E a outra, a influência da religião nas atividades da política pública cooperando com as lutas sociais que favorecem a família, a economia e a participação de um Estado laico. (CASANOVA, 1995). Partindo dessa análise, também é necessário entender as principais figuras icônicas que marcaram essa evolução.

1.3. Figuras icônicas e a religiosidade atual

Charles Peirce aponta que um objeto pode ser representado por inúmeras relações, entre as quais foram delimitadas por três categorias básicas: ícone, índice e símbolo. “Um ícone é um signo”, isto é, mesmo que a função do ícone represente outro signo, é também um signo. “um signo que se refere ao objeto” (PEIRCE, 1977, p. 53).

É importante destacar que, existindo ou não, um ícone serve para designar um objeto. “Qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é um ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como um signo” (PEIRCE, 1977, p. 52).

Peirce também comenta que é necessário haver uma semelhança entre o ícone e o objeto para haver compatibilidade. Um exemplo é a fotografia que pode corresponder ao rosto fotografado ou mostrar traços que remetem o suficiente para reconhecer esse rosto. Tanto um como o outro caso, a fotografia é um ícone legítimo.

Ainda, Castro coloca que “o ícone é um signo que representa fielmente um objeto”. E sugere o exemplo da fotografia: “Toda reprodução fotográfica de algo ou de alguém pode ser considerada um símbolo icônico” (CASTRO, 2011, p. 21).

O termo ícone deriva do grego εἰkova⁵, significa imagem, figura, representação. É o que identifica uma descrição de pintura sacra em painel de madeira, segundo a arte religiosa. Na região ocidental, ícone manifesta a imagem através de pinturas ou estátuas religiosas, uma representação cristã de mensagens icônicas, aproximando o sagrado àqueles que não tinham acesso à leitura da Bíblia. O ícone é um elemento da arte, da espiritualidade e da liturgia que remetem a uma crença, uma fé e a uma religião, e desta forma o ícone é construído de acordo com a iconografia tradicional milenar, lembrando o tempo apostólico (CLEMENT, 2003).

O filósofo, teólogo e místico russo Paul Evdokimov reflete sobre a percepção da imagem e a contemplação da beleza. Uma imagem possibilita interpretações sem nenhuma ordem, regra ou sequência. Para a leitura da igreja, o ícone expõe essa facilidade pois, além de contemplar, permite a lembrança, ou seja, a comunicação com o passado e com seus significados. A imagem icônica significa uma beleza natural e não é imposta (1990). E atualmente,

[...] ícone vem tendo um uso especial pela imprensa brasileira. Nas áreas cultural e política, o termo tem sido empregado com o sentido de “imagem simbólica” de uma época, de uma manifestação artística ou de um contexto sociopolítico. O “ícone” vem a ser, então, o “representante mais expressivo”. (VALENTE, 1997, p. 24).

A nível teológico e filosófico, no texto inicial da Bíblia o significado de ícone está presente nos personagens da criação do mundo. Adão e Eva representam o ser humano criado por Deus. Também consta a figura da serpente como a abominação do mal e o fruto proibido. Uma reflexão sobre a origem do mundo podendo-se dizer simbólica. Um ser superior, intocável e invisível (Deus). Um casal simbolizando o homem e a mulher, o mal (a serpente) e o acesso fácil a esse mal (a árvore do fruto proibido), e que tudo dependeu da escolha do casal em “experimentar” esse mal. A história relata diversos exemplos icônicos imaginários e compreensíveis pela humanidade com o propósito de entender a mensagem principal: a escolha do bem ou do mal dependem do livre arbítrio do homem.

⁵ Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dcone#Origem_dos_.C3.ADcones>. Acesso em 12 de julho de 2017.



Figura 1: A Expulsão de Adão e Eva do Paraíso, Michelangelo Buonarroti, Teto da Capela Sistina, 1508/12

Não só na criação do mundo, mas a simbologia é também encontrada em outros fatos da Bíblia. Nos irmãos Caim e Abel, no grande dilúvio e a arca de Noé, nos milagres, profecias, demônios, etc.

Os cristãos veneraram e ainda veneram seus santos com diferentes manifestações, símbolos e rituais. Como novenas, procissões, festas, flores, velas, gestos, altares especiais para imagens e figuras religiosas. Assim, o historiador da arte do século XX, Ernst H. Gombrich, comenta que são manifestações simbólicas:

Se Deus em sua misericórdia pôde revelar-se aos olhos dos mortais na natureza humana de Cristo, porque não estaria também disposto a manifestar-se em imagens? Não adoramos essas imagens por si mesmas, como fazem os pagãos. Adoramos Deus e os santos através das imagens ou além delas (GOMBRICH, 1999, p. 137-138).

Platão, por sua vez, compara ícone com uma constituição de ideias imitadas pela real natureza. Verifica-se também na figura de Jesus Cristo, considerado o “filho de Deus” pelos cristãos. Na história do cristianismo, ele nasceu em Belém numa estrebaria, com vestes simples, na época a família era desconhecida e o pai carpinteiro. Sua vida foi simples mas, ao mesmo tempo, foi considerado um rei, a transfiguração real de Deus. “Cristo é a imagem do Deus invisível” (Cl 1, 15). Logo, o ícone de Jesus Cristo não é somente uma comparação sobre

a natureza humana ou divina, mas sim a figura de Deus que se fez “carne”, segundo os dogmas cristológicos dos Concílios de Niceia (325 d.C) e Calcedônia (451 d.C)⁶.

A simbologia retirada das sagradas escrituras está no significado das cores e na disposição das formas e imagens, os quais servem para colaborar com a espiritualidade e a veneração do divino. Na figura 2, a pintura bizantina de Jesus Cristo tem inúmeros significados. A pintura oriental tem características próprias que proporcionam a reflexão icônica do cristianismo.



Figura 2: Cristo, a Divina Sabedoria. Tessalônica, século XIV

Outro exemplo é a figura do Sagrado Coração de Maria. Segundo o profeta Simeão, o ícone relembra Nossa Senhora das Dores e as sete espadas que transpassariam o Coração de Maria ainda jovem. Significa uma relação com a dor de seu filho pregado na cruz e a similaridade com o Sagrado Coração (Figura 4).

⁶ O Concílio de Niceia obteve decisões que marcaram a história do cristianismo como o estabelecimento da questão cristológica entre Jesus e Deus, o Pai. E o Concílio de Calcedônia foi realizada de 8 de outubro a 1 de novembro de 451 em Calcedônia na Ásia Menor, quando discutiu e declarou a dualidade humana e divina de Jesus Cristo.



Figura 3: Pintura do Sagrado Coração de Maria.

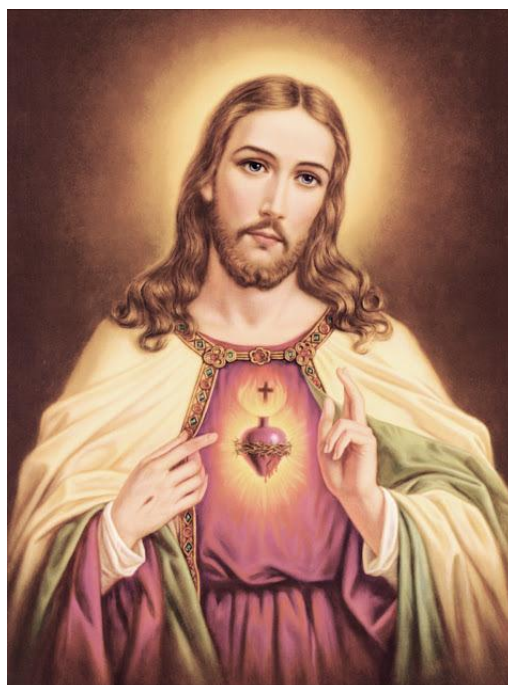


Figura 4: Pintura do Sagrado Coração de Jesus.

Segundo o Catecismo da Igreja Católica (CIC 1162), o significado das figuras religiosas como Jesus Cristo, Maria, os anjos, santos, está relacionado ao testemunho deles e

registrados na Bíblia. Esse conjunto de ícones contribui para reforçar a fé e perpetuar a história do cristianismo na igreja.

Em relação à linguagem das cores, cada imagem tem uma característica própria⁷. As cores douradas simbolizam a luz divina. A cor negra, a escuridão, o pecado e a morte. A cor vermelha é utilizada geralmente nos mantos de Jesus Cristo e dos mártires, vista até o presente nas vestes dos cardeais e arcebispos, representando o poder imperial. O vermelho é aplicado também nas imagens do coração, que significa o sangue e o sofrimento humano. A cor azul remete à divindade, comum em santuários marianos; o verde a natureza e a renovação da vida espiritual; e o marrom na pintura dos rostos e nas roupas significa a simplicidade. Basicamente essas são as cores mais utilizadas que contribuem a missão espiritual e evangelizadora do cristianismo.

Quanto aos outros elementos das imagens⁸, a cabeça geralmente é desproporcional ao resto do corpo fazendo menção à sabedoria e à inteligência para absorver as orientações de Deus. A figura feminina vem acompanhada de um manto ocultando o cabelo para focar somente na imagem pura e casta. O rosto geralmente é voltado para o centro para manter contato direto com o observador. Os olhos avantajados, bem desenhados e o nariz alongado servem para absorver somente o aroma que vem do sagrado. As bocas finas simulam pequenos lábios para permanecerem fechados, expressando o silêncio e a verdadeira oração. O pescoço longo mediam o corpo e o espírito através do fôlego; o corpo é alto e sem volume para não ter nenhuma conotação sexual. A magreza simula a superioridade do espírito sobre a carne e os braços cobertos para mostrar somente as mãos. As mãos são geralmente longas para representar a comunicação com a espiritualidade entre Jesus Cristo e o homem.

Na figura 3, o coração fora do peito caracteriza a urgência e o sentimento forte do amor materno à humanidade junto ao pedido de conversão a Deus. As chamas representam o amor aceso, quente, vivo e o verdadeiro amor de mãe. Os espinhos simbolizam a dor vivenciada

⁷ Fontes: Cruz e Terra Santa; Missal Romano – IGMR (Congregação para o Culto Divino e Disciplina dos Sacramentos, Instrução Geral sobre o Missal Romano, in 3ª Edição Típica do Missal Romano, 2002 (edição para o Brasil aprovada pela Congregação em carta de 30 de julho de 2004))

⁸ Fontes: Cruz e Terra Santa; Missal Romano – IGMR (Congregação para o Culto Divino e Disciplina dos Sacramentos, Instrução Geral sobre o Missal Romano, in 3ª Edição Típica do Missal Romano, 2002 (edição para o Brasil aprovada pela Congregação em carta de 30 de julho de 2004))

por Maria durante a sua vida que sempre protegia e venerava o filho Jesus. Também lembra os pecados e a indiferença da humanidade pelo sagrado. Ampliando a análise da figura para as mãos e o terço, as mãos são apontadas para o coração.

Tanto Jesus Cristo como sua mãe Maria representam os maiores ícones da igreja cristã, mas segundo o historiador da arte Willian John Thomas Mitchell, tanto estes quanto os santos, são provas de que existe uma diferença entre a imagem invisível e a imagem concreta. A imagem invisível deve ser compreendida como uma semelhança espiritual:

Você pode pendurar uma imagem concreta, mas você não pode pendurar uma imagem. A imagem parece flutuar sem qualquer meio ou suporte visual, uma aparição fantasmática, virtual ou espectral. É o que pode ser extraído da imagem concreta, transferido para um outro meio, traduzido em uma ekphrasis verbal ou projetado sob lei de direitos autorais (MITCHELL, 2005, p. 85).

1.4. O ícone Madre Teresa de Calcutá

Além dos principais ícones Jesus Cristo e Maria, é importante ressaltar aqui os principais ícones da contemporaneidade a partir do século XXI, época principal desse estudo. Um dos importantes ícones desse tempo é Madre Teresa de Calcutá, freira missionária, que nasceu em 26 de agosto de 1910 na Albânia. Agnes Gonxha Bojaxhiu descobriu sua vocação aos dezoito anos e dedicou sua vida toda aos pobres. Em maio de 1931 denominou-se Teresa, fez votos de pobreza, obediência e castidade. Fundou a Congregação 'Missionárias da Caridade' e em 1979 recebeu o Prêmio Nobel da Paz, sendo também nomeada pelo Papa João Paulo II como a "embaixadora de todas as nações". A escolha pela Madre Teresa foi devido às ações que a tornaram destaque na contemporaneidade. Posteriormente foi considerada uma referência da vocação religiosa.

Em setembro de 1946 decidiu abandonar o noviciado da Congregação de Loreto e dedicou-se exclusivamente ao trabalho com os mais necessitados. Inicialmente começou ensinando cinco crianças, aos poucos o grupo foi ampliando-se até cerca de cinquenta crianças. Mesmo abandonando o hábito, Irmã Teresa ainda usava suas vestes características: sari branco ornamentado com detalhes em azul e no ombro uma pequena cruz.

A referência da cruz foi o Cardeal Francisco Javier Errázuriz – pertencente ao Instituto Secular dos Padres de Shoestatt – cujo objeto também estava no peito do Cardeal. Para ela, o símbolo demonstrava a forte devoção à Maria, mãe de Jesus.



Figura 5: Madre Teresa de Calcutá

Sua missão era evangelizar e dar assistência às regiões mais pobres. Levava comida e agasalho aos necessitados e fazia trabalhos voluntários nas comunidades. Observando seu trabalho, com o tempo as antigas alunas passaram a segui-la fundando as “Missionárias da Caridade”. Em 1950, foi fundada pela Santa Sé a Congregação de Madre Tereza, a qual abriu o lar infantil “Lar para Moribundos” em Kalighat, dedicando-se aos pobres e depois expandindo-se pelo mundo.

Aos 73 anos sofreu o primeiro ataque de coração. Conhecida pelas belas mensagens e palavras de conforto, em 1985 Madre Teresa foi reeleita Superiora das Missionárias da Caridade e, além de outras homenagens oficiais, recebeu a Medalha Presidencial da Liberdade pela presidência, a maior condecoração dos Estados Unidos da América. Em setembro de 1997 faleceu após uma galopante parada cardíaca. Em homenagem fúnebre, foi condecorada

oficialmente como “Mãe dos Pobres”: “Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar. Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota”⁹.

Foi beatificada por João Paulo II em 2003 e canonizada pelo Papa Francisco em 2016. Durante o cânone cerimonial o Pontífice considerou Madre Teresa um exemplo de vida reconhecendo a dificuldade em chamá-la de Santa. Definiu Teresa seguramente como um “ícone da misericórdia de Deus”¹⁰.

“Acho que talvez possamos ter alguma dificuldade em chamar-lhe Santa Teresa: a sua santidade está tão próxima, tão terna e produtiva, que continuaremos espontaneamente a chamar-lhe Madre Teresa” (PAPA FRANCISCO, 2016).

Para os voluntários, seguidores e apoiadores, a canonização apenas formalizou sua santidade: “Não é o tornar-se uma santa: ela sempre foi uma santa”, desabafa a freira Nicole ao Jornal diário dos Estados Unidos ‘Washington Post’, com as mesmas vestes brancas e azuis de Teresa.

O reconhecimento de santidade foi comprovado com dois milagres: o primeiro, uma mulher que sofria de tumor no estômago foi curada ao encostar no seu ventre o crachá pego pela freira; o segundo milagre, a cura repentina de um brasileiro devoto da Madre que sofria de infecção cerebral. Tais comprovações levaram a igreja a acreditar na santidade de Teresa. Para ela, ser Santo não era um dom, mas uma missão: “Santidade não é o luxo de alguém; é um dever simples, para você e para mim” (MADRE TERESA DE CALCUTÁ).

Tenha sempre presente que a pele se enruga, o cabelo embranquece, os dias convertem-se em anos... Mas o que é importante não muda... a tua força e convicção não têm idade. O teu espírito é como qualquer teia de aranha. Atrás de cada linha de chegada, há uma de partida. Atrás de cada conquista, vem um novo desafio. Enquanto estiver viva, sinte-se viva. Se sentir saudades do que fazia, volte a fazê-lo. Não viva de fotografias amareladas... Continue, quando todos esperam que desista. Não deixe que enferruje o ferro que existe em você. Faça com que, em vez de pena, tenham respeito por você. Quando não conseguir correr através dos anos, trote. Quando não conseguir trotar, caminhe. Quando não conseguir caminhar, use uma bengala. Mas nunca se detenha” (MADRE TERESA DE CALCUTÁ)¹¹.

⁹ Frase de Madre Teresa de Calcutá em sua trajetória missionária.

¹⁰ Pronunciamento de Papa Francisco na Canonização de Madre Teresa.

¹¹ Disponível em <<http://www.schoenstatt.org.br/2016/09/04/madre-teresa-inspiracao-na-cruz-da-unidade/>>. Acesso em 3 de agosto de 2017

1.5 O ícone João Paulo II

Outra figura importante da igreja católica foi Karol Józef Wojtyła, um líder religioso com grande repercussão. O motivo de escolha por João Paulo II como ícone religioso nesse estudo foi pela sua intensa representação no último século.

Nascido em 18 de maio de 1920 na cidade de Wadowice, Polônia, Karol Wojtyła tinha mesmo nome do pai e era conhecido pelas suas belas ações e pelo recurso do diálogo para evangelizar.

Nota-se que o linguajar do Papa é muito articulado e variado, não se ligando exclusivamente a uma terminologia estereotipada. Entre as expressões utilizadas por João Paulo II podemos enumerar as seguintes: confiar-se, consagrar, dedicar, recomendar, colocar nas mãos, ato de serviço-servidão... É evidente, todavia, que o Papa prefere utilizar os termos consagração e, sobretudo, entrega [confiante]. (DE FIORES, 1983, p. 387-388)

Sua linguagem profética convidava o fiel seguir Jesus Cristo incentivando a conversão espiritual e o amadurecimento da fé diante do sofrimento. João Paulo II frisava no seu discurso que a experiência do sofrimento é transcendental e inerente ao ser humano. Uma situação que não existe atalhos nem subterfúgios, como expõe no próprio Catecismo da Igreja Católica:

A doença e o sofrimento estiveram sempre entre os problemas mais graves que afligem a vida humana. Na doença, o homem experimenta a sua incapacidade, os seus limites, a sua finitude. Qualquer enfermidade pode fazer-nos entrever a morte. A doença pode levar à angústia, ao fechar-se em si mesmo e até, por vezes, ao desespero e à revolta contra Deus. Mas também pode tornar uma pessoa mais amadurecida, ajudá-la a discernir, na sua vida o que não é essencial para se voltar para o que o é. Muitas vezes, a doença leva à busca de Deus, a um regresso a Ele. (CIC, n. 1500-1501)

No ano de 1942 em Cracóvia ingressou no sacerdócio e em 1 de novembro de 1946 ordenou-se padre na Universidade Jagellonica. Em seguida, foi para Roma cursar doutorado em teologia, passando a atuar na docência. Em 1958 foi nomeado bispo titular de Olmie,

depois arcebispo e em 1967 tornou-se Cardeal. Participou do Concílio Vaticano II entre 1962 e 1965, atuando fortemente no documento denominado Constituição Gaudium et Spes¹².

Em 16 de outubro de 1978 foi eleito Papa e escolheu ser chamado por João Paulo II. Seu pontificado durou 27 anos, um dos períodos mais longos da história do papado. Praticando sua missão evangelizadora, viajou mais do que os papas anteriores visitando cerca de 250 lugares dentro e fora da Itália. Seu pontificado foi um longo percurso missionário organizado em visitas, audiências, encontros com líderes nacionais e peregrinações. Em 1985 deu início às Jornadas Mundiais da Juventude atraindo milhares de seguidores.

João Paulo II também realizou inúmeras cerimônias de beatificação e canonização: celebrou 147 cerimônias, com 482 novos santos. Além disso, incentivou a reforma do Código de Direito Canônico e reorganizou a Cúria Romana. Faleceu em 2005 com 85 anos de idade. Permaneceu 26 anos no pontificado e foi beatificado em maio de 2011 pelo seu sucessor, Bento XVI.

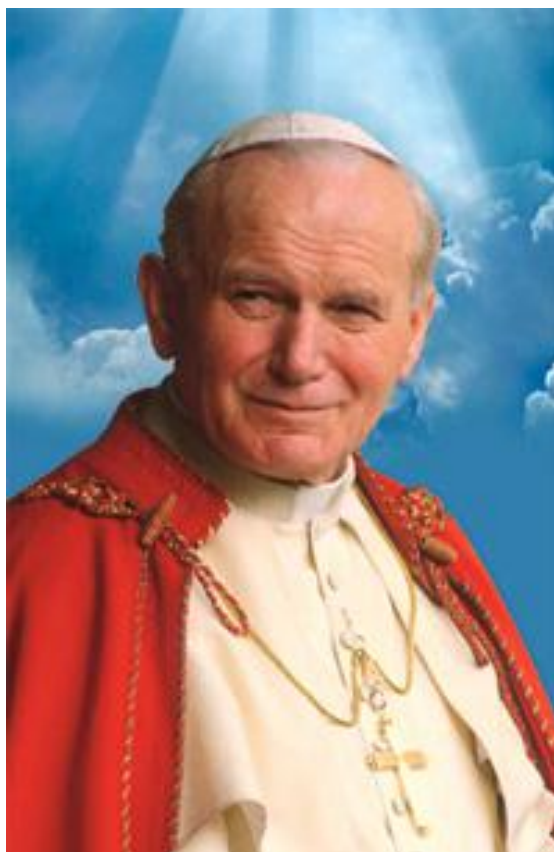


Figura 6: São João Paulo II

¹² Constituição 4ª do Concílio Vaticano II que refere-se às relações entre o mundo e o catolicismo.

O pontificado de João Paulo II conduziu a uma intensa reflexão sobre a história do catolicismo. Aplicou uma política de arrependimento e confissão pelos erros da sua igreja marcada por guerras e massacres históricos. O Papa conseguiu pacificar aproximadamente 150 líderes religiosos, entre eles protestantes, muçulmanos, budistas, hindus e convidou todos para a mesma missão evangelizadora. Acima de tudo, o Santo superou contrapontos que separavam a ciência da religião.

Sua popularidade aumentou consideravelmente a partir de 13 de maio de 1981 quando sofreu um atentado¹³ na Praça de São Pedro em Roma. Na época tinha 60 anos, se locomovia em seu Papa Móvel e lentamente seguia abençoando a multidão quando levou três tiros de revólver do turco Mehmet Ali Agca. Sua internação durou cerca de dois meses, mas a partir dali sua saúde inspirou certos cuidados. As especulações da época suspeitavam que o atentado era alvo de conspiração. De qualquer modo, o atirador foi condenado à prisão perpétua.

Em 02 de abril de 2005, João Paulo II morreu com 84 anos por conta de uma septicemia e um colapso cardiopulmonar. O que levou o reconhecimento de sua beatificação foi a cura de uma freira francesa que sofria do mal de Parkinson, uma doença considerada incurável. Ao invocar orações ao Papa João Paulo II que sofria com a mesma doença, a freira foi curada milagrosamente. Desde então, foi reconhecido como santo e ícone da igreja católica.



¹³ Reportagem sobre o atentado a João Paulo II em 1981. Disponível em <http://acervo.oglobo.globo.com/fatos-historicos/papa-joao-paulo-ii-sofre-atentado-em-maio-de-1981-na-praca-de-sao-pedro-9225156#ixzz4vkF7Itck> stest >. Acesso em 17 de outubro de 2017

Figura 7: Terço de São João Paulo II

Do ponto de vista mitológico, João Paulo II era um herói. Para o estudioso da mitologia Joseph Campbell (1995), os mitos identificam modelos ideais para a humanidade, pois ajudam a atravessar as fases do desenvolvimento humano facilitando a compreensão das dificuldades.

O herói parte do mundo cotidiano e se aventura numa região de prodígios sobrenaturais. Ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva. O herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes (CAMPBELL, 1995, p.36).

Um mito ou um herói aventura-se numa sociedade complexa que dali luta e conquista vitórias para salvar seu povo. E o pontificado de Karol Wojtyła foi reconhecido pelas suas lutas. Diversas batalhas foram marcadas pela unificação da Europa, pela crise do regime comunista, pelas guerras militares do Oriente e a crise política na América Latina. Um herói religioso que enfrentou desafios tornando-se um importante ícone do catolicismo. E após sua morte, outro ícone assumiu o papado, Joseph Ratzinger. Sua passagem foi rápida, mas serviu para preparar a liderança de Jorge Bergoglio.

1.6 O antecessor de Francisco, Bento XVI

Bento XVI foi batizado como Joseph Aloisius Ratzinger. Reconhecido como um leitor assíduo e um grande escritor, Ratzinger nasceu na Alemanha, mais precisamente em Marktl an Inn em 16 de abril de 1927. Em 1937, ao mudar-se para Traunstein, aprendeu latim e em 1939 ingressou no seminário para iniciar sua carreira sacerdotal. Em 1951 ordenou-se sacerdote e depois Arcebispo.

Entre 1962 e 1965 era consultor teológico do Cardeal Joseph Frings, Arcebispo de Colônia, no Concílio Vaticano. Em 1977 tornou-se cardeal e Prefeito da Congregação pela Doutrina da Fé, nomeado pelo Papa João Paulo II. No mesmo ano foi Arcebispo de München e Freising, onde discursou sobre seu tema episcopal ‘Cooperador da verdade’:

“Parecia-me, por um lado, encontrar nele a ligação entre a tarefa anterior de professor e a minha nova missão; o que estava em jogo, e continua a estar – embora com modalidades diferentes –, é seguir a verdade, estar ao seu serviço. E, por outro, escolhi este lema porque, no mundo atual, omite-se quase totalmente o tema da verdade, parecendo algo demasiado grande para o homem; e, todavia, tudo se desmorona se falta a verdade” (RATZINGER, 1977).

Após o falecimento de João Paulo II, Joseph Aloisius Ratzinger foi eleito pontífice em 19 de abril de 2005, o último Papa anterior a Francisco. Com temperamento rigoroso, humilde, educado e discreto, era considerado um Papa conservador. Ratzinger obteve mais de cinco doutorados e publicou mais de 600 livros, dentre os quais a encíclica “Deus Caritas Est” já como Papa Bento XVI.



Figura 8: Bento XVI

Mesmo seu papado ter resistido por apenas 8 anos, Cardeal Ratzinger era um homem ocupado. Em 11 de fevereiro de 2013, aos 85 anos Bento XVI trouxe uma notícia inesperada para a igreja: declarou sua renúncia por problemas de saúde: “não tenho mais forças para o

cargo” (BENTO XVI). Entretanto, após o acontecimento, houve muitas especulações sobre o verdadeiro motivo da renúncia.

Andreas Englisch comenta em seu livro a contrariedade de Ratzinger em aceitar o cargo:

O teólogo Ratzinger sabia que estavam procurando um homem para o trono do papa, um homem que não se conformasse com o tom ameno e com a compreensiva contribuição do professor de Teologia, um homem com mãos fortes e que fizesse uso de uma vassoura de ferro para se livrar sem dó do que precisa ser livrado. Mas aquele Joseph Ratzinger, o mesmo que em outra oportunidade havia varrido a “sujeira” da Igreja no Coliseu, nunca quis ser o homem que teria que limpar a Igreja. Ali, no escritório dos papas, não havia espaço para um teólogo silencioso e discreto, que precisava de tempo, liberdade e sossego para formular seus pensamentos. Os cardeais procuravam um homem que esmurrasse a mesa, que tivesse de tomar decisões amargas, mas que ao mesmo tempo não se cansasse com a rotina do gigantesco maquinário da Igreja. No curto período como bispo de Munique e Freising, era justamente isso que Joseph Ratzinger mais detestava: passar seu tempo tendo que cuidar desse tipo de coisa, com a adequação da verba das férias, com a falta de vagas nas creches, brigar pelo orçamento destinado à construção de igrejas. (ENGLISCH, 2013, p. 11-12)

Todos os antecessores tiveram sua importância na história da igreja, cada um com sua maneira peculiar de governar e comunicar, o que é importante para entender o processo como um todo. Agora, no próximo capítulo, pretende-se focar no principal ícone da pesquisa, Papa Francisco.

2 O ÍCONE PAPA FRANCISCO

Papa Francisco tornou-se um ícone incentivando novas perspectivas para a igreja católica a partir de 2013. Disposto a discutir e adaptar as normas da igreja dentro da realidade social sem imposições e com diálogo, enfrentando opiniões conservadoras, discussões e tabus até então velados pelos líderes religiosos. Um homem simples que conquistou e vem conquistando a empatia da igreja.

2.1 A história do jovem Jorge Mario Bergoglio

Jorge Mario Bergoglio é descendente de imigrantes italianos, nasceu em Buenos Aires, Argentina, em 17 de dezembro de 1936. Um homem cativante com pensamento rápido, amante do esporte desde criança, sempre teve simpatia pelo futebol por influência de seu pai. Ainda jovem, devido a uma doença respiratória, teve que retirar um dos pulmões e abandonar o esporte, permanecendo apenas como espectador e torcedor de seu time, o Esporte Clube San Lorenzo.

O filósofo e escritor de vários livros sobre o pontificado, Simon Biallowons, conta que Francisco foi sempre dedicado aos estudos, formado-se em Química pela Universidade de Buenos Aires. Aos 22 anos de idade, ingressou no seminário de formação jesuíta, a Companhia de Jesus – Chile, uma ordem organizada que foi fundada por Inácio de Loyola. Em seguida, concluiu seus estudos em Filosofia na Universidade Católica de Buenos Aires e depois em Teologia. Foi professor de Literatura, Psicologia e em dezembro de 1969 ordenou-se sacerdote. Conhecido pela sua comunicação acessível, em 1973 nomearam Mestre de Novícios, depois diretor de Teologia e Filosofia na Faculdade de San Miguel, Argentina (BIALLOWONS, 2013).

Em sequência, formou-se doutor em Teologia na Alemanha, voltando para Argentina para o exercício de diretor espiritual. Aprendeu português, inglês, italiano, francês e alemão. Em 1992, o Papa em exercício João Paulo II nomeou Bergoglio como Bispo Auxiliar de Buenos Aires. No ano de 1998, tornou-se Arcebispo Metropolitano de Buenos Aires e foi responsável pelos cristãos de Rito Oriental da Argentina.

Uma das características icônicas de Francisco é seu temperamento forte, mas de aparência tranquila. Ele possui um carisma que aproxima e facilita o diálogo, tanto que líderes de outras religiões também reconheceram sua acessibilidade. Ao mesmo tempo, era firme em suas decisões, como relata o vaticanista alemão Andreas Englisch, autor do livro “Francisco – O Papa dos Humildes”:

Bergoglio tinha a desagradável característica de não se dobrar facilmente àquilo que a Cúria decidia para ele. Quando ela o irritava, ele viajava até Roma, enfrentava o combate e marcava um encontro com o papa. Para infelicidade da Cúria, Bergoglio gozava enormemente do apreço tanto de João Paulo II quanto de Bento XVI. Ou seja, os conflitos já estavam programados para assim que Bergoglio chegasse a Roma, e o cardeal de Buenos Aires resistiria a eles (ENGLISCH, 2013, p. 3).



Figura 9: Papa Francisco, 2013

Outra característica de Francisco é abençoar as pessoas que se aproximam dele. Começou a destacar-se como ícone de sabedoria e humildade. Um exemplo foi em sua nomeação de Cardeal em 2001, cujo pedido aos argentinos era para que não participassem da celebração em Roma, doando o dinheiro da viagem aos pobres. Assim também foi seu pedido na missa de seu pontificado. No cargo de Cardeal, participou ativamente de congregações, entre elas a Congregação para o Clero, a Pontifícia Comissão para a América Latina e o Pontifício Conselho para a Família.

2.2 Companhia de Jesus: a ordem de Jorge Mario Bergoglio

A organização escolhida por Francisco em 1958 foi a Companhia de Jesus, também conhecida como Ordem Jesuíta. Concluiu seus estudos com os jesuítas, que são conhecidos pela rigidez, mas também pela excelente disciplina e qualidade intelectual.

Segundo Biallowons, entre os séculos XVI e XVIII a Companhia de Jesus foi criada pelo espanhol Inácio de Loyola, cujo objetivo era formar seus confrades na espiritualidade e na intelectualidade preparando assim suas competências para todos os desafios. Para tanto, os membros da companhia vivem de maneira independente, tem autonomia, não usam trajes uniformizados, tampouco permanecem fiéis ao mesmo local (2013).

No comando fica seu general, em Roma. O princípio de obediência é fortemente marcado. Eis por que, no passado, os jesuítas eram insultados por seus adversários. Eram recriminados por serem “obedientes como um cadáver”. Entretanto, os “soldados de Cristo” eram principalmente um grupo de excelência da Igreja, importantes agentes da contrarreforma, fundadores do teatro jesuíta e, portanto, líderes das primeiras grandes ofensivas de mídia e marketing da Igreja Católica (BIALLOWONS, 2013, p. 73).

Séculos depois, devido às mudanças culturais dos fiéis, alguns líderes apostaram na necessidade de colocar um cardeal ocidental para assumir o papado. E pela primeira vez na história, a ordem obteve um representante indicado para o maior cargo da igreja católica.

Entretanto, o padre e teólogo italiano Antonio Spadaro questionou Francisco numa entrevista sobre o motivo da escolha entrar na Companhia de Jesus. E Francisco explicou:

Eu queria algo mais, mas não sabia o quê. Tinha entrado no seminário. Gostava dos dominicanos e tinha amigos dominicanos. Depois, porém, escolhi a companhia, que conhecia bem, porque o seminário estava entregue aos jesuítas. Da Companhia impressionaram-me três coisas: o espírito missionário, a comunidade e a disciplina. Isto é curioso, porque eu sou um indisciplinado nato, nato, nato. Mas a sua disciplina, o modo de organizar o tempo impressionaram-me muito. (PAPA FRANCISCO apud SPADARO, 2013, p. 9)

Francisco tinha um comportamento diferente em relação aos outros líderes contemporâneos, como aponta Englisch:

Na Cúria, todos conhecem o apelido de Bergoglio: “velho jesuíta”. Isso porque, diferentemente dos novos jesuítas, ele não gasta seu tempo com as ciências. Ele é um jesuíta da velha escola – a velha escola que ajudou a construir a América Latina e não se esqueceu do que o fundador de sua ordem, Inácio de Loyola, era: um soldado de Deus, essencialmente. E é exatamente assim que Bergoglio se comporta. Apesar de toda simpatia e humildade, apesar de sua impressionante modéstia e simplicidade, ele é um guerreiro, um guerreiro que consegue engolir insultos quando é obrigado, mas que também consegue criticar firmemente, se julgar necessário. (ENGLISCH, 2013, p. 11)

2.3 O Pontificado de Papa Francisco

Papa Francisco assumiu sua posição em 13 de março de 2013¹⁴ quando foi eleito pelo conclave após a renúncia de Bento XVI. No rito de seu pontificado, foi questionado pelo cardeal em relação à sua aceitação ao ministério. E Bergoglio respondeu reconhecendo sua limitação: “Eu sou um grande pecador, confiando na misericórdia e paciência de Deus, no sofrimento, aceito”¹⁵.

Francisco é o primeiro papa da história a, depois de ser eleito papa, se recolher na capela de São Paulo para orar e só depois ir ao encontro dos fiéis. Mais de 200 mil pessoas se reuniram na praça de São Pedro, depois que se espalhou a notícia de que havia fumaça branca. A chuva encharcava a multidão. Contudo, pessoas não paravam de chegar à praça. Elas aplaudiram novamente quando a banda do Vaticano e os carabinieri apareceram. A fumaça branca subiu às 19h 07min e já eram então quase 20h. Poucos minutos antes da aparição do novo papa, finalmente para de chover. [...] Mas então aparece no balcão da basílica de São Pedro o cardeal Jean-Louis Tauran e anuncia o que o mundo inteiro aguardava: “Annuntio vobis gaudium magnum, habemus Papam!” (“Eu anuncio a vós uma grande alegria: nós temos um papa!”) (ENGLISCH, 2013, p. 15)

¹⁴ Disponível em < <https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/biography/documents/papa-francescobiografia-bergoglio.html> >. Acesso em 18 de agosto de 2017.

¹⁵ Disponível em < <http://www.cruzterrasanta.com.br/historia-de-papa-francisco/53/102/#c> >. Acesso em 18 de agosto de 2017.

Um arcebispo de Buenos Aires com diálogo popular e brincalhão que, ao pronunciar seu primeiro discurso no balcão da basílica, surpreendeu com gestos expressivos pedindo que a multidão invocasse Deus para que o abençoasse ao invés dele abençoá-la, como era o costume dos seus predecessores. Englisch, em sua biografia, manifesta seu espanto sobre essa mudança: “[...] ele não dá a bênção à multidão, mas pede a ela que invoque o Senhor para que Este o abençoe, ele, Bergoglio. Isso é inconcebível. Há mais de um milênio, as pessoas arriscam suas vidas para receber a bênção do papa em Roma, e agora um papa é que pede para que a multidão intervenha, para ser abençoado”. (2013, p. 16).

O jornalista e escritor italiano Andrea Tornielli, que acompanhava os movimentos do Papado, observou que no primeiro dia de seu pontificado, 14 de março de 2013, Bergoglio já iniciou com pequenas modificações nas regras tradicionais:

... o novo papa não usou os valiosos barretes bordados em ouro, cada vez mais altos, que nos últimos anos tinham reaparecido entre os paramentos papais. Ele usou um simples, de tecido, o mesmo visto em várias de suas missas com os abandonados nas *villas miseria*, as comunidades pobres de Buenos Aires, um povo que sempre viu nele a personificação de uma Igreja “de proximidade”, capaz de “transmitir e facilitar a fé”, de doar esperança. Os chefes de cerimonial pontifícios, em nome da renovada sobriedade franciscana – já pressentida na noite anterior pela decisão de não usar a mozeta vermelha bordada em arminho –, naquele 14 de março recolocaram no baú as roupas ornadas de rendas e bordados. (TORNIELLI, 2013, p. 110-111)

Simon Biallowons retrata também a humildade e a autenticidade de Francisco vista já nos primeiros dias de papado. Ele comenta que a modéstia demonstra credibilidade diante de uma realidade enfraquecida. Uma personalidade autêntica e humilde, pois não se importa em andar de ônibus, caminhar nas favelas e conversar com os marginalizados:

E todos os seus anos de episcopado e nos poucos minutos na Praça São Pedro, os fiéis sentiram que esse homem vive o que prega e prega o que vive. Ele prega água e bebe água. Ele apela para que as pessoas vão até os pobres e ele vai até os pobres. Pede humildade e modéstia e mostra humildade e modéstia. O novo papa Francisco é autêntico. Uma palavra pequena, esse “autêntico”. Contudo, para uma Igreja que perdeu credibilidade, a autenticidade é extremamente valiosa. (BIALLOWONS, 2013, p. 80)

Francisco veio para promover mudanças, defender posições, sobretudo reforçar a doutrina. Por mais preocupante que poderia parecer para muitos, assumiu o pontificado reconquistar sua igreja.

2.4 Por que o nome “Francisco” para a Igreja

A relação da igreja católica com a vida dos santos e o resgate às referências cristãs sempre cumpriram um papel importante no fortalecimento das crenças da igreja, as quais são fundamentais para sua perpetuação.

Ao relembrar a comunicação de São Francisco de Assis nos séculos XII e XIII, o historiador francês Marc Bloch (2001) compreende que o método da Igreja Católica tem características peculiares e, em grande parte, persuasivas. Uma delas é a veneração por santos e mártires.

Jorge Mario Bergoglio decidiu pelo nome “Francisco” para homenagear São Francisco de Assis, o santo dos pobres e sofredores. A igreja concordou com sua escolha pois, de certo modo, iria reforçar a imagem positiva da igreja que estava demarcada por tantas perdas e escândalos das últimas décadas.

Seguindo a característica simples de São Francisco, Bergoglio procurou aproximar-se do seu povo, dos doentes e da pobreza. Sua humildade foi observada também na sua vestimenta: renunciou trajes e sapatos típicos optando por veste simples, crucifixo de ferro, sapatos e meias pretos, o anel de pescador, símbolo do papado foi de prata, ao invés de dourado como o anterior. Dispensou carros de luxo e banquetes hospedando-se em hotéis onde ele mesmo pagava. Como São Francisco de Assis, desde o início foi contra regalias. Englisch coloca esses exemplos em sua obra:

Após a cerimônia, na frente do Palácio Apostólico, a pomposa Mercedes Classe S espera pelo papa – o carro que custa mais de 100 mil euros fora recebido de presente pelo papa Bento XVI. Mas o papa Francisco se recusa a embarcar nele e pega um ônibus com os outros cardeais. O secretário de Estado, cardeal Tarcisio Bertone, é obrigado a se sentar sozinho na chique limusine. Isso nunca tinha sido visto: um papa andando de ônibus, quem acharia isso possível?! (ENGLISH, 2013, p. 16)



Figura 10: Pintura de São Francisco de Assis

São Francisco de Assis tinha a missão de comunicar as mensagens de Jesus Cristo e foi considerado um dos Santos mais conhecidos da história. Sua trajetória vem atraindo cada vez mais fiéis e ganhou maior reputação após ser homenageado por Bergoglio.

Sua família foi socialmente conhecida, mas São Francisco de Assis foi avesso às ideias de uma sociedade iniciada pela economia do seu século. Era considerado um homem revolucionário e sempre desapegado dos bens materiais. Incluiu nas comunidades um novo pensamento sobre espiritualidade. “A todos, longe das hierarquias, das categorias, das compartimentações, propõe um único modelo, o Cristo, um único programa, ‘seguir nu o Cristo nu’” (LE GOFF, 2012, p. 38). Renunciou a qualquer cargo para seguir uma vida simples que Cristo e seus apóstolos levavam, a vida que ele mesmo chamava de “Senhora Pobreza”.

Seu jeito simples de evangelizar atraiu multidões, criou um irmandade e dali surgiu a Ordem Franciscana. Essa ordem era formada por seguidores do santo, entretanto não foi totalmente aprovada pela igreja por ser contrária à proposta evangelizadora de São Francisco:

uma sociedade cristã, familiar, igualitária, sem hierarquias e sem divisão de poderes (LE GOFF, 2012). Após entender a importância do Santo que foi referência para a escolha de Bergoglio, convém entender também o processo discursivo.

2.5 O discurso do Papa Francisco e sua abordagem semiótica

O discurso é o mediador entre o sujeito e sua realidade. Suas implicações e peculiaridades moldam o nível linguístico diferenciando dos demais formatos de comunicação, tanto no espaço geográfico como no tempo, nas crenças, nas ideologias e na formação de grupos. Isso é o que conecta o comunicador do receptor.

O método da Análise de Discurso (AD) é baseado no contexto da história e da sociedade. Nessa perspectiva, a linguagem é exercida como prática social. (MAGALHÃES, 2005).

O pioneiro que contribuiu para o estudo como prática social foi o britânico Norman Fairclough. O autor reproduz o discurso como uma forma de significação do mundo, uma maneira diferente de agir sobre a sociedade semelhante a uma “construção das identidades sociais, posições de sujeito, das relações sociais das pessoas, de sistemas de conhecimentos e de crenças”. (2001, p. 92)

O discurso, a língua e a linguagem estão relacionados entre si e podem ter uma intenção ou uma ideologia. A linguagem, ou seja, a mediação “se mostra um recurso capaz de ser usado tanto para estabelecer e sustentar relações de dominação quanto, ao contrário, para contestar e superar tais problemas” (RAMALHO & RESENDE, 2011, p. 14). A linguagem é usada pela necessidade da comunicação entre dois indivíduos e o discurso é o resultado dessa linguagem.

Quanto ao emprego ideológico que o comunicador utiliza, Fairclough entende que nem sempre é visível ao receptor. Sendo assim:

As ideologias são significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a

reprodução ou a transformação das relações de dominação. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117)

Por ser o maior representante religioso da igreja católica, Bergoglio possui uma responsabilidade discursiva. Ele pode direcionar a maneira de comunicação a partir de qualquer intenção para convencer os católicos. Seu discurso pode possuir graus de intencionalidade condicionar modelos de comportamento, seja de forma explícita ou implícita.

Os discursos de líderes religiosos utilizam principalmente a estratégia da retórica. A dimensão retórica possui um alto grau de convencimento que capta a atenção do receptor. Sua principal característica é a arte da argumentação, seja verbal ou escrita e que tenha começo, meio e fim. Como salienta Reboul, “é a arte de persuadir pelo discurso” (2004, p. xiv).

Sob a perspectiva semiótica, a autoridade do discurso é exercida através daquele que o pronuncia. No caso de um líder religioso, essa autoridade é reforçada pela crença na salvação. Dessa forma, o receptor-destinatário estabelece um comprometimento com o emissor-destinador que se mantém numa longa relação.

As palavras do discurso são manifestadas como obra do criador, do divino e o emissor é apenas um mediador. Um exemplo é o discurso da fé que é uma crença apresentada por um mediador podendo ser um líder religioso ou um Papa.

O Catecismo da Igreja Católica, aprovado pelo Papa João Paulo II, remete que o “resumo da fé” é apresentado como um “sinal de reconhecimento e comunhão entre os crentes”. (2000, p.60). Com essa crença, o cristão acredita nas Escrituras, na significação do céu e da terra, no sentido da vida, na figura e na concretização de Deus onipotente e também em Jesus Cristo como seu filho “que se fez carne” para a salvar a humanidade. Portanto, tudo isso é importante para entender o processo discursivo de um líder religioso e a maneira como ele se comunica. É essencial também entender sequencialmente como Francisco e sua equipe utilizam a mídia para facilitar esse processo.

2.6 Papa Francisco e a mídia

No papado de Jorge Mario Bergoglio, mudanças consideráveis começaram a aparecer. Sua presença foi destacada não só na televisão, rádio, revista ou jornal, mas também na mídia digital. Um Papa latino, disposto a adaptar as normas da igreja à realidade da sociedade sem imposições, mas com diálogo, enfrentando opiniões conservadoras, discussões e tabus até então velados pelos líderes religiosos. Suas ações diferenciam-se dos anteriores justamente por esse comportamento.

Ao assumir sua posição em março de 2013, mudanças da maior representação católica foram discutidas. Francisco deixou explícito desde sua posse que veio para propor uma nova linguagem.

Séculos depois, ao admitir a perda crescente de católicos para outras doutrinas devido à divergência entre a comunicação dos papas anteriores e as mudanças culturais do fiel, alguns líderes apostaram num líder latino-americano assumir o papado. Isso também foi confirmado com a renúncia de Bento XVI.

Em 27 de junho de 2015, o Papa criou novas alternativas de aproximação reformulando o setor interno de comunicação do Vaticano. Instituiu a Secretaria para a Comunicação¹⁶ estabelecendo novos organismos, incluindo o serviço de administração digital: Pontifício Conselho das Comunicações Sociais; Sala de Imprensa da Santa Sé; Serviço Internet Vaticano; Rádio Vaticano; Centro Televisivo Vaticano; L'Osservatore Romano; Tipografia Vaticana; Serviço Fotográfico; Livraria Editora Vaticana. “O atual contexto comunicativo, caracterizado pela presença e pelo desenvolvimento das mídias digitais, pelos fatores da convergência e da interatividade, requer uma reformulação do sistema informativo da Santa Sé e uma reorganização que proceda decididamente rumo a uma integração e gestão unitária”. Francisco procurou se manifestar também nos canais de mídia digital como *Twitter*, *Youtube*, *Facebook* e *Instagram*.

No estudo sobre a comunicação religiosa na internet, o pesquisador e jornalista brasileiro Moisés Sbardelotto comenta que a conta no *Twitter* @Pontifex, que antes informava sobre o antecessor Bento XVI, em 2013 foi desativada por 13 dias enquanto escolhiam um novo papa. Após ser anunciado o pontificado de Bergoglio, o perfil foi acionado novamente chegando ao pico de 33 milhões de seguidores.

¹⁶ Fonte: Rádio Vaticano, 2015.

Com Francisco, as contas @Pontifex chegaram à marca de mais de 33 milhões de seguidores nas nove versões idiomáticas da conta até meados de 2017 (a conta mais seguida era a versão em espanhol, com mais de 12,7 milhões de seguidores). Quatro anos depois do primeiro tuíte de Bento XVI, esse número equivale a mais de 10 vezes a quantidade de seguidores deixada de herança pelo papa emérito (SBARDELOTTO, 2017, p. 118).



Figura 11: Perfil @Pontifex no Twitter

Em entrevista concedida a Borneli, em 22 de março de 2016, no site Starse.infomoney.com.br, Papa Francisco compreende que a Internet é uma “dádiva de Deus”¹⁷. Usando-as com sabedoria, o religioso afirma que são formas humanas e autônomas de comunicar-se: “Não é a tecnologia que determina se a comunicação é ou não autêntica, mas sim o coração humano e a nossa capacidade de usar sabiamente os meios à nossa disposição” (PAPA FRANCISCO).

Na reportagem publicada no *Jornal do Brasil – Terra* - dia 21 de março de 2016¹⁸, o líder conquista um milhão e quinhentos mil seguidores no aplicativo *Instagram* em apenas

¹⁷ Disponível em <<http://startse.infomoney.com.br/portal/2016/01/22/16285/papa-francisco-internet-redes-sociais-e-mensagens-de-texto-sao-dadivas-de-deus/>>. Acesso em 14 de agosto de 2017.

¹⁸ Disponível em <<http://www.jb.com.br/ciencia-e-tecnologia/noticias/2016/03/21/papa-francisco-alcanca-15-milhao-de-seguidores-no-instagram/>>. Acesso em 14 de agosto de 2017.

três dias. As primeiras publicações no perfil *@franciscus* apresentam algumas das ações do papado, momentos de interação com os fiéis, de introspecção, homilias, encontros com autoridades, viagens e discursos. A ideia do perfil é justamente estabelecer uma intimidade comunicando as expressões do Papa no seu cotidiano. “Escolheremos algumas fotos feitas pelo serviço fotográfico, que enfatizem os aspectos de proximidade e de inclusão que o Papa Francisco vive todos os dias”, informou Dario Viganò, diretor da Secretaria para as Comunicações do Vaticano à rádio da mesma rede.

Outra consideração foi o lançamento do tema “Comunicação a Serviço de uma Autêntica Cultura do Encontro”, anunciado em 23 de janeiro de 2014 e celebrado no 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais, em 1º de junho, dia da Festa da Ascensão do Senhor. A intenção do Papa é discutir esse tema valorizando os meios de comunicação tradicional e digital os quais promovem a aproximação e um novo sentido sobre a família, além de lançar a preocupação das mídias sociais que provocam isolamento social.

“O próprio mundo dos meios de comunicação não pode alienar-se da solicitude pela humanidade, chamado como é a exprimir ternura. A rede digital pode ser um lugar rico para a humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas”¹⁹ (PAPA FRANCISCO).

¹⁹ Mensagem de Jorge Mario Bergoglio sobre o lançamento do tema “Comunicação a Serviço de uma Autêntica Cultura do Encontro”, lançado em 2014.

3 SEMIÓTICA: A ANTROPOLOGIA DOS FATOS ATRAVÉS DA MÍDIA

Sob a perspectiva da mídia de massa, especialmente com a revolução industrial e o avanço capitalista houve crescente globalização e um aumento da diversidade cultural. As fronteiras na comunicação diminuem e a informação entre emissor-receptor começa a tornar-se constante. O ambiente tecnológico possibilitou novas maneiras de comunicação, que favoreceu para novas perspectivas de ação e interação entre a sociedade. Não há como negar que a tecnologia, o ambiente digital e a comunicação estão relacionados, sendo impossível refletir as mídias de massa e os processos comunicacionais sem considerar a evolução da tecnologia, pois é ela quem determina como as informações são repassadas.

A priori, é significativo entender a relação entre sociedade e comunicação, visto que não se consegue pensar esse processo sem considerar seu histórico. Um dos grandes triunfos do tempo foi essencialmente pensar nas formas de repassar a informação.

Desde a descoberta do papiro até a expansão da tecnologia digital, houve um longo percurso cuja escrita e a alfabetização acompanharam o processo e colaboraram com grandes mudanças. Elas eram estabelecidas especialmente por produções de livros em grande escala que influenciaram especialmente nos conceitos sobre o meio de comunicação. Na era das cavernas, por exemplo, os desenhos nas paredes eram a única alternativa para perpetuar as ideias e catalogar valores sociais da época (FORTES, 2009).

Foi assim também com os romanos, os gregos e os chineses, que utilizavam diversas maneiras para transmitir suas mensagens, tais como bandeiras, tochas de fogo, sinas de fumaça ou sons de tambor. E, com o passar do tempo, o homem criou alternativas mais práticas e rebuscadas para se comunicar e registrar.

Observa-se, inclusive, o significado do meio e da mensagem entre emissor e receptor, considerando a história do cristianismo. O filósofo e jornalista francês Régis Debray (1995) sugere que Jesus de Nazaré foi o primeiro representante de *médium*. Uma pessoa de carne e osso que anunciava a mensagem entre Deus e os homens, vindo a ser o único mediador da salvação. Um corpo que não só participa, mas também se funde com a mensagem, assim como Lênin:

Jesus é o mediador único da salvação, mas São Paulo é o melhor mediólogo em ação do cristianismo. Assim como Lênin em relação ao marxismo. Se entendemos por ideólogo o produtor de um sistema de interpretação da realidade, que fixa os objetivos da ação coletiva, e por estrategista o organizador das forças disponíveis para o prosseguimento de tal ação, que garante sua condução no terreno, neste caso, os estrategistas têm de alguma forma a Mediologia encavilhada no corpo, como instinto, não como saber (DEBRAY, 1995, p.127).

Em relação ao registro dessas experiências comunicativas tanto na religião, como em outras áreas, a escrita foi um marco dessa eternização, pois garantiu o registro da fala. Assim, o método da escrita foi considerado a origem da tecnologia do pensamento, conseqüentemente uma expansão cultural.

No tocante aos materiais, houve muitas transformações até a chegada do papel. Iniciou com o uso de placas de argila por volta do século I passando pela cera, pelo papiro, o pergaminho e o códex. O processo de fabricação do papel levou um certo tempo para ser reconhecido e o motivo se devia à forma como os povos guardavam essa informação:

Os chineses guardavam esse segredo a sete chaves. E, pelo que a história relata, foram muito bem-sucedidos nesse sentido, pois somente em 610 os japoneses descobriram a técnica de fabricação desse material. Os árabes, obcecados pela ideia de descobrir o método de obtenção do papel, chegaram a capturar fabricantes chineses e, depois que finalmente o descobriram, acabaram levando a novidade para a Europa, no século XII. (ALVES, FONTOURA E ANTONIUTTI, 2008, p. 30)

Os textos eram restritos cujo acesso à Bíblia era somente pelos religiosos. Alves, Fontoura e Antoniutti (2008) afirmam que só em meados de 59 a.C. os romanos confeccionaram um noticiário oficial acessível ao povo, mas era totalmente escrito à mão, o chamado Acta Diurna. Todos os textos da época, portanto, eram manuscritos.

O século XV foi caracterizado pelo início da revolução escrita, considerada uma mudança cultural, social e política, pois começaram a aparecer jornais impressos por toda a Europa. Isto se deve ao fato de que, em 1450, Johannes Gutenberg criou o método da escultura em letras de metal e a impressão em grande escala, procedimento conhecido como tipografia (ALVES, FONTOURA e ANTONIUTTI, 2008).

No século XIX o papel deixou de ser praticamente artesanal e começou a ser fabricado por máquinas. No Brasil, o primeiro jornal impresso oficial foi a Gazeta do Rio de Janeiro, com início em 1808, cujas notícias eram sobre a Corte, a Europa e o reinado de D. João. A *posteriori*, surgiram outros jornais que marcaram época, visto que, em 1879 todos os Estados do Brasil já consideravam o jornal como uma referência de mídia de massa.

No século XX a mídia impressa brasileira se desenvolveu verdadeiramente como meio de comunicação de massa, aliando-se à industrialização. Dessa forma, o jornal inspirou o início de um novo conceito, favorecendo a entrada de outras mídias como o rádio, o telégrafo, o cinema e o telefone, os quais foram aceitos pela população.

No mesmo século, foi inventada a televisão. Em 1920, o pesquisador e engenheiro escocês John L. Baird montou seu primeiro protótipo unindo componentes eletrônicos de diversos países e, após cinco anos evoluindo a qualidade na imagem, a televisão foi lançada no mercado. Iniciou na Alemanha na década de 30, estendendo-se para Inglaterra, União Soviética e EUA. Mas somente em 1954 os EUA implementaram a televisão a cores.

Com o aperfeiçoamento na qualidade de sinal e imagem, além da diversidade de aparelhos e tamanhos, a televisão fortaleceu mais sua presença no cotidiano dos consumidores. No Brasil, a população teve acesso em 1950 com o canal TV Tupi. Essa emissora estava sob o comando do jornalista Assis Chateaubriand, mas ainda com transmissão em pequena escala. A *posteriori*, se expandiram novas emissoras como a Globo, Rede Manchete, Bandeirantes e Record com transmissão em preto e branco. E em 1972 foi inaugurada oficialmente a televisão a cores no Brasil.

Comparada com as mídias anteriores, a televisão foi o principal meio de comunicação. O que antes era considerado como artigo de luxo, com a sua popularização essa mídia foi se popularizando e perpetuando nos lares brasileiros. As informações eram transmitidas com uma linguagem popular para solidificar sua audiência e não perder força diante das mídias concorrentes (ROXO, 2010).

Outro marco importante na história da mídia foi a ascensão da mídia digital. A internet começou na Guerra Fria (1945-1991) e os Estados Unidos criaram um sistema para compartilhar informações secretas sobre a guerra sem que a rival Rússia tivesse acesso. Então

inventaram a rede Arpanet (*Advanced Research Projects Agency*). No Brasil, a internet ingressou no final da década de 1980.

A década de 1990 foi caracterizada por mais uma evolução. O físico Tim Bernes-Le desenvolveu a Rede Mundial de Computadores, o navegador *world wide web* (www). A partir dali, a internet foi popularizada dando origem aos navegadores *Internet Explorer*, *Netscape*, *Mozilla Firefox*, *Google Chrome*, *Opera* e *Lynx* o que cresceu consideravelmente o número de usuários. Em sequência, iniciaram outros canais de comunicação e informação como sites, blogs, redes sociais como *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e *Instagram*, caracterizando a internet como a rede mundial de computadores.

Quanto à evolução conectiva, Manuel Castells (1999) retomou o conceito de aldeia global. Para ele, o termo é baseado num conjunto de diversos grupos que se comunicam simultaneamente, os quais não são identificados somente em hardwares, computadores ou telas interativas. Mas as pessoas e a própria informação se agregam a essa coletividade, isso porque a sedimentação social é o pilar desse ambiente.

Dessa maneira, Castells complementa que

...as novas tecnologias não são simples ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Desta forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia, como no caso da Internet. Segue-se uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (forças produtivas) (CASTELLS, 1999, p.50-51).

As redes não são somente conexões superficiais e a globalização contribui para conectar e desconectar os indivíduos, culturas, religiões de maneira contínua e progressiva. Tanto que as teorias sociais convencionais também não deixaram de discutir sobre essas transformações. No âmbito das mudanças sociais, Castells (1999) acrescenta que as redes digitais são um meio para fragmentar movimentos, solidificar ideologias, reagrupando indivíduos em identidades, crenças, territórios, etnias, etc. Isso significa, portanto, que a tecnologia influencia na mudança de pensamentos e culturas.

Levy (1999) afirma também que “a cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a Internet, novos computadores são interconectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna ‘universal’, e menos o mundo

informacional se torna totalizável”. (LEVY, 1999, p.111) Há, portanto, um processo de mudança cultural incentivado pela mídia.

3.1 Mídia e Cultura

O filósofo norte-americano Douglas Kellner (2001) sustenta que a mídia é valorizada pela sociedade, tanto que cria modelos de comportamentos e modifica culturas:

Para começar, a cultura da mídia põe à disposição imagens e figuras com as quais seu público possa identificar-se, imitando-as. Portanto, ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis, sexo e por meio das várias “posições de sujeito” que valorizam e denigrem outros tipos. (KELLNER, 2001, p. 307)

Os novos formatos de informação midiática trouxeram uma ruptura de paradigmas e uma mudança nas significações sociais. O modelo convencional de comunicação emissor ativo e receptor passivo configurou-se para emissor e receptor ativos, cujo mesmo receptor vem a ser receptor e emissor simultaneamente. As mídias tradicionais estão em novos dispositivos, suas produções são reinventadas e se estabelece uma nova realidade. Os conteúdos são transferidos de dispositivos fixos para móveis para facilitar o acompanhamento dessas informações.

Com a releitura de formatos tradicionais há uma transformação social na experiência do acontecimento e da estética audiovisual, evidenciados por Rossini e Tietzmann. E essa mudança é aceita pelo público:

O panorama da comunicação audiovisual contemporânea do início do século XXI pode ser entendido, portanto, como um mosaico fragmentado de produtores amadores, coletivos e profissionais; de canais múltiplos através dos quais circulam não apenas modelos e formatos tradicionais, mas também releituras de formatos antigos possibilitados por novas ferramentas digitais. Neste contexto destacamos a onipresença de vídeos que denominamos audiovisuais de acontecimento, fruto da ubiquidade de câmeras digitais e de canais que facilitam a circulação desses produtos. (ROSSINI; TIETZMANN, 2013, p. 7)

No panorama das mudanças culturais, tanto na relação da mídia com o público como entre as próprias mídias, compreende-se que os recursos da internet adotam novas posturas

em diversos setores, incluindo a religião. Abre-se novas possibilidades de interatividade entre os fiéis e a igreja, não abandonando a presença ao templo, mas incentivando novas maneiras de despertar o interesse. Mesmo sem o contato físico, as trocas de experiência espiritual através do recurso digital proporcionam comodidade e incentivam uma espécie de conforto espiritual, mesmo momentâneo. Com essa liberdade de escolha no tempo e no espaço, o indivíduo tem acesso ao conteúdo na rede a qualquer hora e qualquer lugar.

Complementando, o estudioso sobre midiologia Régis Debray (1993) analisa a profundidade das imagens na mídia de massa e suas aplicações nas tecnologias de rede. Os meios de comunicação contribuem para reforçar a cultura entre líderes e fiéis. Debray defende que o catolicismo é baseado nos exemplos de Jesus Cristo e que, “com sua mensagem para anunciar, seu messias para adorar, seus mediadores para venerar, o cristianismo tem o necessário para entrar em ressonância com a Mediologia” (DEBRAY, 1993, p. 97).

A originalidade decisiva do cristianismo, que decorre da Encarnação, é, portanto, sua vulgata. Monoteísmo, batismo, missa, comunhão, tudo isso já era conhecido. O que é novo é a democratização da vida eterna. (DEBRAY, 1993, p, 139)

Jesus não participa somente da história e das sagradas escrituras mas também se integra a elas. Os relatos da Bíblia manifestam a representação de Deus em carne e osso através de Cristo, o único mediador que veio provar ao povo a vida eterna e a salvação. Nesse sentido, a mídia e a tecnologia contribuem para a divulgação desses fatos e, por consequência, são capazes de influenciar no comportamento cultural e religioso da sociedade.

A interatividade e a convergência entre as mídias também são responsáveis pelas variações no significado da comunicação. O pesquisador norte-americano Henry Jenkins (2009), em seu trabalho sobre transmídia e cultura da convergência, subdivide o tempo entre os tipos de mídias que exprimem parte da história. Da mesma maneira, ele explica como esse universo facilita a habilidade de repassar o conteúdo por inúmeras plataformas, além de compreender a facilidade com que o usuário usa a internet para comunicar-se.

“Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e do poder

do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p.29). Surgem, portanto, novas maneiras de interagir que delineiam conteúdos capazes de selecionar o público além de envolver grupos de acordo com o seu interesse.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (JENKINS, 2009, p.30)

3.2 A cultura da comunicação na Igreja Católica

Além da evolução midiática, convém compreender também o processo de comunicação da igreja. A comunicação da Igreja Católica na mídia não é um acontecimento recente se observar sua história e evolução. Foi uma das pioneiras nas atividades da imprensa e dos meios de comunicação. Em termos históricos, pode-se observar com as Cruzadas expedicionárias, entre os séculos XI e XIII, as quais incentivaram a evangelização católica e seus rituais na região europeia e oriental. Para eles, esse período foi determinado como a fronteira inicial da propaganda cristã:

O termo “Cruzada” também é utilizado para designar qualquer guerra religiosa ou mesmo um movimento político ou moral. As Cruzadas tiveram papel de grande importância na propagação do Cristianismo, além de estimular os contatos econômicos e culturais para a civilização européia. Surge com as Cruzadas um dos primeiros marcos daquilo que, mais tarde, seria chamado de propaganda: a identificação por meio de uma “marca” e sua divulgação. Observe que as Cruzadas propagavam a fé. Propagar! (LUPETI, 2000, p. 37)

Desde o surgimento dos meios de comunicação de massa, a Igreja Católica vem utilizando a mídia de massa como um de seus principais meios para evangelizar. Tanto que hoje ela se adapta progressivamente a esse universo. Pelo menos por quatorze séculos sua comunicação era manuscrita. Em seguida, utilizou a escrita, depois a mídia impressa, radiofônica, televisiva e a digital. A importância das mídias pela igreja foi comprovada

especialmente no pontificado de Paulo VI quando oficializou o dia **7 de maio de 1967** como o primeiro dia mundial das comunicações sociais:

Com esta iniciativa, proposta pelo Concílio Vaticano II, a Igreja, que "se sente intimamente solidária com o gênero humano e com a sua história", (*Gaudium et spes, Proêmio*) quer chamar a atenção dos seus filhos e de todos os homens de boa vontade para o vasto e complexo fenômeno dos modernos meios de comunicação social, como a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão, que são uma das notas mais características da civilização moderna. Graças a essas maravilhosas técnicas, a convivência humana assumiu dimensões novas: o tempo e o espaço foram superados, e o homem tornou-se um cidadão do mundo, co-participante e testemunha dos acontecimentos mais distantes e das vicissitudes de toda a humanidade.⁴

Outro dado que comprova a relação da religião com a mídia é a criação do Centro Televisivo do Vaticano²⁰ (CTV) inaugurado em 1983. Em 1996 foi oficialmente ligado à Santa Sé cuja proposta era contribuir com a evangelização. Entre as atividades, o CTV realiza transmissões nos eventos do Vaticano, os trabalhos, viagens e a rotina do Papa, além dos acontecimentos pastorais da Santa Sé. Ainda são realizadas produções audiovisuais, tais como documentários sobre o papado e as basílicas romanas. Em tese, o acervo de materiais gravados desde 1984 que servem para contribuir com a universalidade pastoral da igreja através dos meios de comunicação.

Padre Antonio Spadaro (2012) define o termo ciberteologia como método de evangelização a partir da mídia digital. Para ele, é a “teologia nos tempos da rede” que dá a mesma importância do sagrado assim como no ambiente tradicional. O contexto ciberteológico é baseado na experiência, na reflexão, ação e avaliação do fiel, o que faz lembrar o pensamento da teologia da libertação - ver, julgar e agir. Dessa forma, ocorre uma mudança de comportamento nas comunidades cristãs e a consolidação de uma nova cultura.

As recentes tecnologias digitais não são mais somente tools, isto é, instrumentos completamente externos ao nosso corpo e à nossa mente. A Rede não é um instrumento, mas um ambiente no qual vivemos. Talvez até mais, sendo um verdadeiro tecido interligado da nossa experiência da realidade. (SPADARO, 2012. p. 5)

3.3 Semiótica e seus múltiplos letramentos

²⁰ Disponível em < http://www.vatican.va/news_services/television/index_po.htm >. Acesso em 21 de agosto de 2017.

Além de entender o processo comunicacional da Igreja, é importante ter uma perspectiva semiótica mais delineada, baseada na aplicação dos conceitos extraídos da classificação dos signos. Semiótica (do grego *semeiotiké*) é a ciência que estuda os signos e sua relação com os sistemas de significação. Preocupada com a diferenciação de representação, a semiótica tem, por sua vez, sua origem na mesma época da filosofia e de disciplinas correlatas. Vai além das formações sýgnicas e atua em diversas aplicações, sendo uma delas ferramenta para o estudo de Comunicação e Linguística (PEIRCE, 1977).

Entre os séculos XIX e XX os cientistas Ferdinand de Saussure e Charles S. Peirce iniciaram os princípios da semiótica. Lúcia Santaella (1996) coloca, que para Saussure, a semiótica estuda todos os sistemas de signos na vida social. Nessa plataforma, a linguística seria uma parte e a outra, por sua vez, a psicologia social.

O suíço Saussure (1969), conhecido como criador do estruturalismo, aborda melhor a linguística e o desenvolvimento interno dos sinais ao invés da conexão com os objetos ao seu redor. Desenvolveu uma teoria abrangente, dedicando-se à análise dos elementos da língua como algo possível de ser estudado. Para ele, o signo é composto por duas concepções: o significante e o significado, e sua ideia distingue o mundo da representação do real. Como significante, Saussure exemplifica o som ou os traços da escrita de palavras, uma imagem acústica, seja mental ou ação física. E o significado é o conceito das palavras, das imagens ou ações.

Já o americano e filósofo Charles Peirce (1977) apresenta uma visão mais filosófica e elaborada da Semiótica. Dividiu e denominou seu estudo a partir de Categorias do Pensamento e da Natureza ou Categorias Universais do Signo, ou seja, a tríade primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade refere-se à primeira impressão naquele instante, uma conclusão espontânea, superficial e imediata, quase sempre inconsciente. A secundidade é quando ocorre uma reflexão profunda do objeto, uma compreensão do conteúdo a partir de experiências anteriores vividas pelo observador. E a terceiridade é o pensamento baseado em signos através da reflexão e interpretação que o observador faz. Peirce usou uma concepção caracterizada pela análise dos fenômenos que representam algo a alguém, quando há interação entre o homem e os signos através das categorias de “ícone, índice e símbolo” (PEIRCE, 1977, p. 74)

A respeito da leitura, Peirce (1977) acredita que cada observador tem uma maneira particular de interpretar, assim sendo possível a representação e a caracterização de algo. Conseqüentemente, suas experiências criam teorias e significados. Nesse sentido, são percebidos o fascínio e os mistérios que um fenômeno pode reproduzir.

Por outro lado, o linguista italiano Umberto Eco, além de esclarecer as teorias desses autores, eliminar dúvidas e unir propostas, sugeriu a existência de novos tipos de signos. São os “*diagramas*”, os “*emblemas*”, os “*desenhos*”, as “*equivalências arbitrárias*” e, por fim, os “*sinais*”. “*Diagramas*” são signos que interpretam relações abstratas como fórmulas lógicas, químicas e algébricas. Já os “*emblemas*” representam figuras associadas a conceitos, por exemplo, a cruz que associa-se à doutrina do cristianismo, ou a suástica que associa-se ao nazismo. Os “*desenhos*” são ícones naturais, ou seja, são os índices ou indícios de Peirce. As “*equivalências arbitrárias*”, são os símbolos que, levando em consideração a religião e sua simbologia, o mito é a forma como a doutrina organiza esses símbolos, os quais reproduzem sentidos que não poderiam ser reproduzidos de outra maneira. E, por fim, os “*sinais*” que, sendo indícios, baseiam-se num código ao qual estão associados a um conjunto de conceitos, por exemplo, placas de trânsito ou uma comunicação gestual (ECO, 1991, p. 17-20).

A linguagem é um complemento desse contexto. Bechara (2009) entende como todo sistema de signossimbólicos aplicados na comunicação que expressam sentimentos e ideias. Em outras palavras, é o conteúdo da consciência para o homem poder incluir-se no mundo social e comunicar-se com o meio. Isso se dá através da linguagem verbal e não verbal. Verbal pelo uso da língua, da escrita e da leitura. E não verbal pelo uso de imagens, figuras e desenhos. Santaella complementa que

(...) nos comunicamos também através da leitura e/ou produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; que somos também leitores e/ou produtores de dimensões e direções de linhas, traços, cores... Enfim, também nos comunicamos e nos orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos, sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar. Somos uma espécie animal tão complexa quanto são complexas e plurais as linguagens que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem. (SANTAELLA, 1996, p. 2).

O estudo de Roxane Rojo (2009) também é essencial para compreender a aplicação de letramentos multissemióticos. A autora considera as utilizações de leitura e escrita sob diversos gêneros textuais nas inúmeras linguagens dentro de suas culturas locais e populares com as quais o indivíduo está, incluindo as atividades individuais e sociais como pagar

compras com cartão de crédito ou circular no trânsito. E complementa que “são exigidos pelos textos contemporâneos, ampliando a noção de letramentos para o campo da imagem, da música, das outras semioses que não somente a escrita” (ROJO, 2009, p. 107).

Para continuar com o estudo sobre a produção de letramentos de caráter multissemiótico, Rojo também trabalha com o termo “*multiletramentos*” a partir da letra, da imagem e do som. Uma evolução quanto ao acesso no fenômeno multimodal da comunicação e da informação, incluindo a internet e as redes sociais. Com as novas tecnologias, os textos são menos escritos e mais substituídos pela (re)produção de imagens, fotos, diagramas, gráficos, áudio, vídeo, letramento digital, etc. Portanto, essa nova estrutura procura “abranjer esses dois ‘multi’ - a multiculturalidade característica das sociedades globalizadas e a multimodalidade - dos textos por meio dos quais a multiculturalidade se comunica e informa” (ROJO; MOURA, 2012, p. 13).

Trabalhar com multiletramentos pode ou não envolver (normalmente envolverá) o uso de novas tecnologias de comunicação e de informação (“novos letramentos”), mas caracteriza-se como um trabalho que parte das culturas de referência do alunado (popular, local, de massa) e de gêneros, mídias e linguagens por eles conhecidos, para buscar um enfoque crítico, pluralista, ético e democrático – que envolva agência – de textos/discursos que ampliem o repertório cultural, na direção de outros letramentos [...] (ROJO; MOURA, 2012, p. 8).

Essas perspectivas de linguagem são aplicadas também na religião proporcionando uma nova leitura e uma nova maneira de comunicar. Assim como os outros campos, a religião carrega consigo um universo de ícones, índices e símbolos. São significados e significações que suplementam interpretações e se constroem por determinações multiculturais. Logo, no universo onde é necessário um crescente diálogo entre comunicação semiótica e religião, Rubem Alves aborda a relação da religião com a linguagem:

Sabia que a religião é uma linguagem? Um jeito de falar sobre o mundo... Em tudo, a presença da esperança e do sentido... Religião é tapeçaria que a esperança constrói com palavras. E sobre estas redes as pessoas se deitam. É. Deitam-se sobre palavras amarradas umas nas outras. Como é que as palavras se amarram? É simples. Com o desejo. Só que, às vezes, as redes do amor viram mortalhas de medo. Redes que podem falar de vida e podem falar de morte. E tudo se faz com as palavras e o desejo. Por isto, para se entender a religião, é necessário entender o caminho da linguagem. (RUBEM ALVES, 1987, p?)

Cita-se alguns exemplos como relatos bíblicos, a criação do mundo, Adão e Eva, a serpente, símbolos religiosos, ou o ritual da liturgia eucarística na igreja Católica. A missa consiste num conjunto de símbolos que representam a relação do homem com Deus. No rito existem diversas manifestações sógnicas através da linguagem verbal e não-verbal, como a expressão das leituras bíblicas, as orações, os cânticos ou os gestos. "A Santa Missa é o sacrifício do Corpo e do Sangue de Jesus Cristo que, sob as espécies do pão e do vinho, se oferece por mãos do sacerdote a Deus sobre o altar, memória e renovação do sacrifício da Cruz." (CATECISMO DE SÃO PIO X).

A representação do padre ou de um líder religioso no rito eucarístico é outro exemplo de produção sógnica, pois lembra a figura do próprio Jesus Cristo na terra reunindo-se com seus discípulos. Logo, a religião produz símbolos e significados para conectar o homem com o divino, fortalecer a espiritualidade e a fé. Nesse âmbito, é necessário mencionar também a cibercultura de maneira geral.

3.4 Mídia da cibercultura e a semiótica

Uma nova possibilidade de estudar a comunicação semiótica é a cibercultura. A mídia digital é o espaço que reúne conhecimentos, hábitos e inúmeras culturas, pois a localização geográfica não é mais um empecilho. O estudo desse novo ambiente de relacionamento teve a participação do francês Pierre Lévy (1999), cuja proposta adquiriu amplitude e potencialidade:

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração (LÉVY, 1999, p.130).

Essa novidade cibercultural modifica a sociedade na sua maneira de pensar e agir. Tal realidade pode ser encontrada em diversas áreas do conhecimento como na comunicação, na política, na educação e também na religião.

Rangel (2010) comenta que a religião pode e deve se adequar à cibercultura se o seu objetivo é evangelizar. Para ser acolhida, a igreja precisa sair um pouco da comunicação tradicional e entrar na comunicação digital. Esse percurso Rangel denomina como desterritorialização, que significa estar em todos os lugares, em todas as mídias. Em outras palavras, o processo é chamado como manifestação ubíqua (do latim *ubiquu*).

Havendo a compreensão de que o contexto multissemiótico abrange não somente o que o sujeito fala, mas também as formas empregadas, há a oportunidade de perceber que a religião participa da experiência semiótica. Tillich afirma que interpretar imagens e mensagens religiosas é extrair significados, visto que o processo semiótico traça um percurso de interpretação. Por exemplo, se a cruz é a expressão de algo, ela é a representação da fé, pois “a fé é a orientação para o incondicional mediante símbolos extraídos da ordem condicionada” (TILLICH, 1973, p. 65).

Portanto, a linguagem conceitual e técnico-científica aponta limitações da realidade e o incondicional a transcende. Tillich conclui, então, que “a maior parte da vida fica de fora” da linguagem técnica (TILLICH, 2009, p. 97). Nesse contexto, pretende-se estudar de maneira específica a mídia *Instagram*, escolhida como meio para analisar o objeto de estudo.

3.5 Comunidade virtual *Instagram*

Ao estudar sobre ubiquidade tecnológica, nota-se o crescimento de recursos digitais interativos para atrair grupos, incentivar a reflexão e a mudança de conceitos e hábitos. Isso também foi identificado na relação entre o fiel e igreja. O recurso do aplicativo *Instagram* é uma prova dessa nova realidade.

O *Instagram* é um aplicativo gratuito para dispositivos móveis. É uma plataforma fácil e simples capaz de capturar fotos e vídeos de até sessenta segundos. Também é possível publicar histórias temporariamente, desaparecendo sua publicação após 24 horas.

Quanto às funcionalidades, o usuário precisa cadastrar um perfil para utilizar a plataforma. Em seguida, já pode usufruir de todos os recursos como compartilhar fotos em formato 4:3, inserir filtros para melhoramento da imagem, comentar postagens, seguir perfis de outros usuários, interagir publicamente e particularmente com amigos e seguidores.

Também é possível postar vídeos rápidos e ainda buscar palavras-chave marcadas por *hashtag* “#”²¹, como o exemplo da figura 11 cuja pesquisa foi sobre publicações do Papa Francisco em todo o aplicativo.



Figura 12: Exemplo de pesquisa através do “#” no *Instagram* – pesquisa por #papafrancisco.

Fonte: *Instagram* da autora.

Encontrado em lojas de aplicativos, o *Instagram* pode ser acessado tanto em computadores, notebooks, como em tablets ou smartphones. O aplicativo pode ser classificado como uma rede que conecta trocas, emoções e “se constrói através da interação entres usuários, em comentários e discussões que se criam em torno das imagens” (RECUERO apud PIRES, 2013, p. 28).

Hochman e Manovich (2013) relataram que inicialmente o aplicativo não contribuía para ser uma ferramenta inovadora diante de inúmeros aplicativos que estavam se desenvolvendo no mercado, tanto no registro de fotos como na captura de vídeos. Entretanto,

²¹ Leia-se “jogo-da-velha” ou “cerquilha”.

seu diferencial foi justamente essa convergência de mídias num só aplicativo, o que chamou a atenção de milhares de usuários.

O jornalista e escritor brasileiro Fillipe Vilicic aponta que o *Instagram* começou com Kevin Systrom em São Francisco, Califórnia (EUA), no Vale do Silício, local onde se encontram os maiores centros de pesquisa, laboratórios, universidades e empresas no setor de tecnologia e informática. Segundo o jornalista Felipe Vilicic, o empreendedor produzia outro aplicativo de localização compartilhada, o *Burbn*, e com ele adquiriu o investimento para formar uma equipe qualificada e construir seu novo projeto de *startup*. Kevin convidou o brasileiro Mike Krieger para ser sócio com o objetivo de melhorar o aplicativo *Burbn*, pois a concorrência e as necessidades do usuário exigiram essa reformulação (VILICIC, 2015).

Não dava para saber se era focado na localização de seus usuários, no que eles estão fazendo no momento, ou nas fotos que tiram. Criá-lo em HTML, uma ótima linguagem para sites, mas quase inútil para apps, também não era mais uma boa ideia. O usuário teria preguiça de acessar a web para depois entrar no Burbn. Era muito mais fácil se fosse um app de smartphone. Afinal, apps eram o quente de 2010. App de iPhone, mais quente ainda. (VILICIC, 2015, p. 99).

Após frequentes pesquisas com amigos, jornalistas e empreendedores, os sócios Systrom e Krieger chegaram à conclusão de que os usuários se interessavam em compartilhar, configurar fotos, gravar vídeos e interagir com os amigos. Criaram, então, o aplicativo *Instagram*.

primeiro, pelo ‘insta’, de instant. Câmeras vintage [...] se vendiam como instant (no Brasil, eram os instantâneos, como os da Polaroid). Isso dava ao Instagram o ar vintage que os fundadores queriam e também estava ligado à ideia de velocidade que eles pretendiam imprimir ao app. Pelo programa, os usuários iriam compartilhar, instantaneamente, imagens que mostrariam o que eles estavam fazendo naquele exato momento. Segundo, o ‘gram’, de telegram (telegrama). A explicação oficial: ‘Nós também sentimos que as fotografias que as pessoas estavam tirando eram espécies de telegramas enviados pela rede uns pelos outros’. A combinação das palavras, e dos conceitos, deram origem ao ‘Instagram’ (VILICIC, 2015, p. 106).

Um aplicativo gratuito que atraiu cerca de 25 mil novos usuários em 2010 – os chamados *instagrammers*. Devido à sua rápida expansão, foi necessário contratar uma equipe maior. Poucos meses depois, chegou ao seu primeiro milhão de *instagrammers*. Desde então,

alguns investidores ofereceram propostas, mas Mark Zuckerberg, o criador do Facebook, foi quem adquiriu a ferramenta. Em 2012, Zuckerberg comprou o aplicativo por um bilhão de dólares (VILICIC, 2015). Com alguns melhoramentos na sua funcionalidade no decorrer do tempo, o *Instagram* foi considerado a segunda rede social mais popular do mundo.



Figura 13: Interface *Instagram* - perfil do Papa Francisco, 2017. Fonte: *Instagram* da autora

Analisando sua história, a partir de 2013 houve algumas mudanças significativas na interface, tais como a facilidade de compartilhar postagens, novos filtros de edição de imagens, a publicação de histórias temporárias no topo da interface (as chamadas *stories*), a vinculação de aplicativos adicionais e o aumento do tempo na gravação de vídeos: antes o tempo era de 15 segundos e foi passado para 60 segundos de duração. Essas mudanças também facilitaram a publicação de conteúdos pelas empresas anunciantes. Posteriormente, foi criada a ferramenta *Instagram Direct* para o envio e recebimento de mensagens instantâneas e

privadas. Em conjunto, reorganizaram a visualização do *feed* – página principal de publicações.

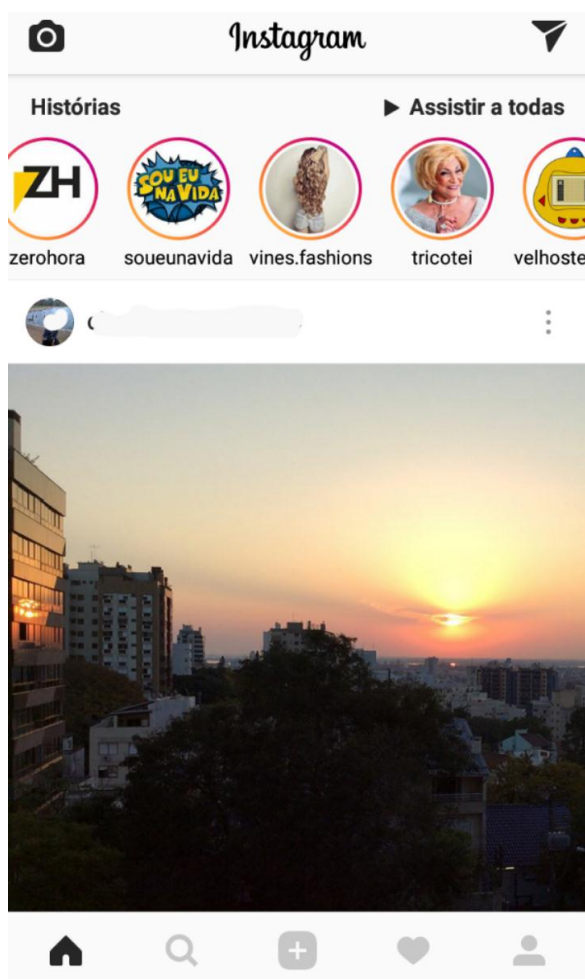


Figura 14. *Instagram* – Feed de publicações e no topo *stories* de perfis seguidos pela autora, 2017. Fonte: *Instagram* da autora.

Outra mudança expressiva foi o ícone. Antes o design era de uma câmera fotográfica com cores marrom e bege, conforme o exemplo da figura 15. Em maio de 2016, modificaram as cores do ícone para um fundo rosa e amarelo em degradê com o desenho de uma câmera em traços brancos.



Figura 15. *Instagram:* Ícone original e novo ícone. Fonte: Techcrunch

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para dar sustentabilidade a este estudo, optou-se pelo método da análise de conteúdo, baseando-se nos conceitos de Bardin, Lavige e Dionne. Ocorre que esse método não cumpre etapas delimitadas, mas reconstrói, na prática, as observações do pesquisador. Bardin (2009) define como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, com procedimentos sistemáticos e objetivos para descrever o conteúdo das mensagens.

Lavige e Dionne (1999) comentam que a análise de conteúdo é aplicada essencialmente aos dados apresentados como discurso, incluindo textos retirados de documentos e apresentados como respostas de perguntas abertas.

Na realidade, um longínquo trabalho de análise já foi iniciado com a coleta dos materiais e a primeira organização, pois essa coleta, orientada pela questão da hipótese, não é acumulação cega ou mecânica: à medida que colhe informações, o pesquisador elabora sua percepção do fenômeno e se deixa guiar pelas especificidades do material selecionado (LAVILLE e DIONNE, 1999, p. 215).

Bardin (2009) apresenta o desenvolvimento desse método em três fases fundamentais: a pré-análise, estabelecendo um formato com experimentos bem delimitados; exploração do material, consistindo na tomada das decisões anteriormente apresentadas; por fim, o tratamento dos resultados para obter os dados como referência, transformando em resultados significativos e pertinentes.

Baseando-se nisso, as fotos, os slides, os vídeos e seus comentários no perfil *@franciscus* do aplicativo *Instagram* foram fragmentados na seguinte ordem:

a) Pré-análise: essa etapa configurou-se a leitura analítica como a localização, períodos, interações e curtidas das fotos, visualização dos vídeos e slides, legendas e comentários. Nessa mesma fase, foi determinado o *corpus* da análise. Foram escolhidas as postagens entre 1 de janeiro a 1 de setembro de 2017.

b) Exploração do material: Nesse processo ocorreu o levantamento das informações e a descrição dos conteúdos em concomitância com as referências. Em paralelo, avançou a análise

das postagens. Depois, as postagens foram separadas em cinco categorias principais conforme a similaridade dos assuntos.

c) Tratamento dos resultados: Essa etapa consistiu na interpretação baseada nas informações adquiridas nas etapas anteriores, considerando a perspectiva qualitativa. Foram examinados todos os dados expostos nos vídeos, nos slides e nas fotos como a linguagem semiótica, o discurso e a comunicação do Papa Francisco.

Após pormenorizar as etapas metodológicas da Análise de Conteúdo, contextualizou-se o objeto desse estudo, examinando de maneira geral os objetivos de comunicação do Papa Francisco na mídia digital e reproduzidos no aplicativo *Instagram*.

5 ANÁLISE

A presente análise constitui-se num estudo não necessariamente experimental descritivo do perfil *@franciscus*. Na realidade, buscou-se investigar a influência das postagens através de fotos, slides e vídeos publicados no *Instagram* com o objetivo de analisar o processo de linguagem comunicacional do Papa Francisco para conquistar e engajar seguidores. Atualmente, o perfil possui cerca de 5 milhões de *instagrammers* e 485 publicações desde a criação do perfil em 2016. Pretende-se, portanto, analisar as publicações entre 1 de janeiro e 01 de setembro de 2017.

Para melhorar a reflexão, as postagens foram separadas por categorias, evitando uma investigação longa e repetitiva, pois algumas postagens poderiam significar o mesmo sentido. Logo, para pormenorizar o estudo, as categorias foram delimitadas da seguinte forma:

- **CATEGORIA ESPIRITUALIDADE:** Postagens sobre Deus, Maria, Jesus Cristo, Santos, Oração, Misericórdia, Perdão, Bíblia.
- **CATEGORIA PRÁTICAS CRISTÃS:** Postagens sobre esperança, ações cristãs como justiça, amor, paz, cuidado com a vida, ecologia, união entre religiões;
- **CATEGORIA SOFREDORES:** Postagens sobre acontecimentos como terremotos, holocaustos, atentados, tráfico de pessoas, igualdade entre índios, negros, imigrantes, refugiados, cuidado com os pobres e doentes.
- **CATEGORIA CULTURA DO ENCONTRO:** Postagens sobre encontros e visitas do Papa, acolhidas, interações com a multidão;
- **CATEGORIA PESSOAS:** Postagens sobre a missão dos jovens, cuidado e valorização das crianças, família, filhos;

Além das fotos e vídeos, foi observado se as legendas e os *hashtags* estavam em concomitância a imagem ou o vídeo. Na análise e interpretação das postagens não foi utilizado qualquer recurso ou *software* de análise de conteúdo, seguindo, portanto, alguns propósitos já delineados:

- Observar a linguagem do Papa Francisco e seu objetivo de comunicação;

- Verificar a aplicação da linguagem discursiva e semiótica nas postagens;
- Identificar no *corpus* as práticas de secularização e o caráter imaginário.

O aplicativo *Instagram* possibilita uma forte interação constituída por significados e respostas rápidas. Esse processo motiva a comunicação espontânea e a expressão das emoções como o desejo, o afeto, o sofrimento ou a raiva.

Em relação ao idioma, praticamente todas as postagens tiveram tradução em pelo menos quatro línguas. Na maioria das publicações o idioma original foi o italiano e as traduções em português, francês, espanhol, alemão e inglês.

Inicialmente, as postagens foram mapeadas e contabilizadas. Como apresentado na tabela abaixo, somaram 181. A maioria eram fotos totalizando 130 e em segundo lugar vídeos com 44 publicações. Os slides em vídeo foram em menor número somando 7 publicações.

NÚMERO DE POSTAGENS POR MÊS			
MÊS	FOTOS	VÍDEOS	SLIDES EM VÍDEO
Janeiro	16	9	0
Fevereiro	19	5	0
Março	17	6	1
Abril	23	5	0
Maiο	16	4	3
Junho	19	5	2
Julho	4	3	0
Agosto	8	3	0
Setembro	8	4	1
SUBTOTAL	130	44	7
TOTAL DE POSTAGENS	181		

Tabela 1: Número de postagens por mês no perfil @franciscus

A maioria dos vídeos eram pequenas gravações do Papa discursando com os fiéis ou olhando para a câmera. Os slides em vídeo foram produzidos com uma sequência de fotos e de fundo músicas instrumentais.

Foi elaborado um comparativo com o número mensal das postagens. Analisando o gráfico 1, a maior frequência de publicações foi nos meses de janeiro, fevereiro e abril. Em janeiro e fevereiro houve maior postagem de vídeos. As publicações em slides teve um crescimento somente em maio, mas não foi encontrada nenhuma publicação dessa categoria nos meses de janeiro, fevereiro, abril, julho e agosto.

No mês de julho houve uma queda na frequência das postagens, mas a partir de agosto foi retomada. Com exceção de julho, a frequência nas publicações foi de uma postagem a cada dois dias. Isso contribuiu para fortalecer a aproximação do Pontífice com seu público.

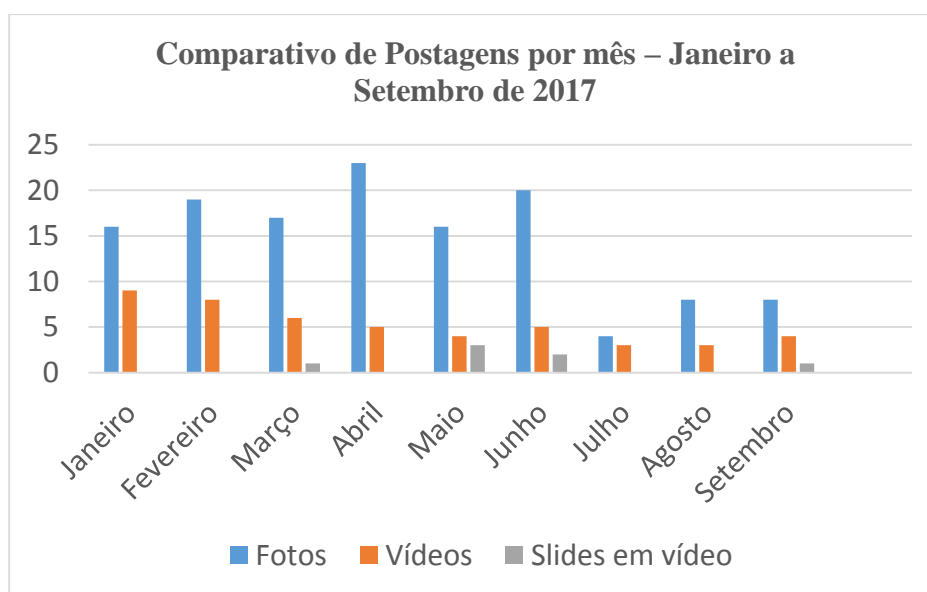


Gráfico 1: Comparativo de postagens por mês no perfil @franciscus

Outro desafio foi realizar um mapeamento dos temas mais postados verificando os principais objetivos de comunicação. A tabela abaixo sintetiza a quantidade de postagens de acordo com as categorias:

TEMAS MAIS POSTADOS	
Categorias	Número de postagens
1- Espiritualidade	58
2- Práticas Cristãs	49
3- Sofredores	31
4- Promovendo a Cultura do Encontro	24
5- Pessoas	21

Tabela 2: Temas mais postados no perfil @franciscus

Nota-se que o número maior de postagens foi sobre **Espiritualidade** com 58 publicações referentes a Deus, Jesus Cristo, conversão e oração. Em segundo lugar, 49 postagens da categoria **Práticas Cristãs**, cujas mensagens reportavam esperança, paz, amor, justiça e valorização da vida. Em terceiro, 31 postagens sobre os **Sofredores** como acolhida aos refugiados, imigrantes, alerta ao tráfico de pessoas, comentários sobre atentados e terrorismos. Depois, 24 postagens na categoria **Promovendo a Cultura do Encontro**, com o Papa interagindo com a multidão, visitando países, famílias e igrejas. E por fim, 21 postagens na categoria **Pessoas**, com assuntos dedicados à família, filhos ou o comprometimento dos jovens com a evangelização.

Para simplificar, foram selecionadas algumas publicações dentro de cada categoria. Conforme orientações de Bardin (2009), ao investigar na pré-análise o conteúdo de todas as categorias, foram pesquisados vídeos, fotos, cenários, a expressão verbal e não verbal do Papa, suas vestes, os comentários dos internautas, o número de visualizações ou curtidas e as datas das postagens. Começamos, então, a análise da categoria Espiritualidade.

5.1. Análise da Categoria Espiritualidade

Como não é possível analisar todas as postagens dessa categoria, optou-se por um dos assuntos mais publicados durante o período. Conforme a tabela 3 abaixo, o maior número de postagens foi sobre Deus e em segundo lugar sobre oração. Em terceiro lugar, eram postagens fazendo referência a Jesus Cristo. As outras 16 postagens que estavam em menor número eram outros assuntos relacionados à Maria, aos Santos, à misericórdia e à Bíblia. Diagnosticamos aqui, então, três postagens sobre Deus.

ASSUNTOS DA CATEGORIA ESPIRITUALIDADE	
Assunto	Número de postagens
Deus	16
Oração	14
Jesus Cristo	12
Outras postagens	16

Tabela 3: Assuntos referentes à categoria Espiritualidade no perfil @franciscus

5.1.1 Análise de Postagens Sobre Espiritualidade

Dentro das 16 postagens, foram escolhidas três delas aleatoriamente que expressassem a comunicação do Papa sobre quem é Deus e o que Ele faz para a humanidade. Conforme demonstrado no Apêndice 1, foram selecionados uma foto e dois vídeos.

Foto - Postagem de 23 de abril de 2017: A foto foi retirada no interior da Basílica de São Bartolomeu na Ilha, localizada na Ilha Tiberina de Roma, na Itália²². Ao fundo encontra-se o altar da igreja com flores, uma pintura e logo à frente o Papa diante do altar. Mais atrás está uma cruz com flores e um pano vermelho. A postagem registrou cerca de 153.000 curtidas.

Na legenda está escrita uma frase em inglês, português, espanhol e italiano. Aqui traduz-se em português: **“Ó Senhor, efunde a sua misericórdia sobre a humanidade; renove a sua Igreja, proteja os cristãos perseguidos, conceda em breve a paz ao mundo inteiro”**.

Vídeo 1 - Postagem de 24 de maio de 2017: O vídeo foi gravado na Praça de São Pedro no Vaticano - Roma, Itália. Papa Francisco estava fazendo um pronunciamento sentado numa cadeira em frente ao microfone, junto com um papel na sua mão. No decorrer do vídeo apareceram grupos de pessoas e ouviam-se palmas, pois tratava-se de uma audiência a céu aberto para a multidão. O vídeo obteve cerca de 373.000 visualizações.

²² A igreja foi fundada no final do século X pelo imperador Otão III para abrigar as relíquias do apóstolo São Bartolomeu. Fonte: Wikipédia.

Na legenda, as palavras de Francisco foram reescritas nos idiomas inglês, português, espanhol e italiano. Aqui, traduzidas em português: **“Deus caminhará conosco sempre, sempre, mesmo nos momentos mais dolorosos, mesmo nos momentos mais duros, mesmo nos momentos de derrota: ali está o Senhor. E esta é a nossa esperança. Prossigamos com esta esperança! Porque Ele está do nosso lado caminhando conosco, sempre”!**

Abaixo da legenda haviam algumas palavras-chave com *hashtags* (#) nos idiomas inglês, português e espanhol: #GeneralAudience, #AudiênciaGeral, #AudienciaGeneral. Nota-se com as palavras-chave que o vídeo tratava-se de uma audiência pública.

Vídeo 2 - Postagem de 03 de agosto de 2017: O vídeo foi gravado na sala de Audiências Paulo VI ou Sala Nervi²³, Vaticano - Roma, Itália, auditório onde Francisco realiza seus discursos públicos. O Papa estava sentado numa cadeira em frente ao microfone lendo em o roteiro que segura em sua mão. Ele fez seu pronunciamento em italiano e no vídeo aparecem as legendas em inglês. A postagem atingiu cerca de 483.000 visualizações.

Na legenda, as palavras de Bergoglio foram reescritas nos idiomas português, espanhol, francês e alemão. Segue a reescrita em português: **“Nós somos aqueles que acreditam que Deus é Pai: esta é a luz! Não somos órfãos, temos um Pai, e o nosso Pai é Deus”.**

Abaixo da legenda estavam as palavras-chave em inglês, português, espanhol e alemão com *hashtags* (#): #GeneralAudience, #AudiênciaGeral, #AudienciaGeneral, #udienzagenerale. Com as palavras-chave percebe-se que esse vídeo também ocorreu numa audiência pública.

Nos dois vídeos e nas outras postagens a vestimenta papal de Francisco é branca com a cruz de ferro no peito. Ele usa sempre o Anel do Pescador no quarto dedo da mão direita, um dos principais símbolos do poder papal.

²³ Construída entre 1966 e 1971 é o grande auditório do Vaticano, localizado à esquerda da Basílica de São Pedro. Disponível em < <http://www.arte.it/guida-arte/roma/da-vedere/monumento/aula-paolo-vi-o-sala-nervi-404> >. Acesso em 17 de novembro de 2017.

5.1.2 Interpretação das Postagens sobre Espiritualidade

Nos vídeos o Papa conversava olhando para os ouvintes. Sua comunicação era eloquente, objetiva e calma, repassando um sentimento de tranquilidade para persuadir os ouvintes. Ele comunicou com entonações utilizando a arte da persuasão evidenciada por Reboul (2004). Nas postagens Francisco costuma utilizar o pronome ‘nós’ para incluir-se no discurso e dar um sentido de aproximação com o receptor.

Tanto na legenda da foto quanto nos vídeos ele comentou sobre as dificuldades da humanidade, perseguições, o abandono, os momentos de sofrimentos e derrotas. Ele não especifica uma situação em particular, mas expõe de maneira genérica para o receptor se identificar com diversas situações. Portanto, trata-se de um exemplo de discurso que motiva a prática social que Magalhães (2005) expôs na fundamentação teórica.

Em relação ao público-alvo das postagens, a comunicação é dirigida a qualquer seguidor que se encontra em algum momento de dificuldades e está buscando alguma motivação. Sendo assim, Papa Francisco faz o papel de consolador, motivador e mediador de Deus.

Sua estratégia persuasiva é constatada nas três postagens. A oração é a prática espiritual mais utilizada, como a foto em que Bergoglio está rezando em frente ao altar. A legenda remete um pedido de proteção e de paz para os cristãos necessitados o que motiva a oração e impulsiona seguir o exemplo do Papa. Ademais, no vídeo 1 ele explica sobre a presença de Deus em todos os momentos quando repete enfaticamente a palavra ‘sempre’. E no vídeo 2 ele reforça a crença na figura paterna de Deus motivando o fiel a acreditar que não está abandonado, pois tem um pai que é Deus. Tudo vai ao encontro do que Ramalho e Resende (2011) colocaram sobre a superação de problemas sociais através da linguagem e do discurso. A expressão verbal e o tom de voz nos vídeos, facilita a capacidade de argumentação e convencimento do interlocutor.

Quanto à análise semiótica a mediação do Papa entre Deus e o receptor é identificada no contexto da foto. Francisco “conversa” com Deus evocando ajuda para a humanidade. Essa intermediação cria a relação de compromisso entre o líder religioso e seu público.

Refletindo a perspectiva semiótica de Charles Peirce (1977) nas postagens, a fase da primeiridade obteve uma análise superficial. Na foto, a primeira impressão do Papa de costas olhando para uma pintura foi de uma contemplação. Nos vídeos, a interpretação foi de um discurso rígido e sério.

Na secundidade, o assunto era sobre o significado de Deus. A reflexão possibilitou interpretações sobre a devoção do Papa e como ele expressa essa verdade. Ele crê que Deus ajuda as pessoas, é bondoso, protetor, motivador, oferece esperança e paciência.

Na terceiridade, a interpretação do discurso foi encontrar a presença do divino. Na postagem da foto, Papa Francisco crê que Deus transforma o comportamento humano para prática do bem. Os vídeos remetem a crença de que as pessoas não estão sozinhas. Inclusive, relaciona Deus com a figura do pai de família tradicional: Ele está perto para proteger o filho e ajudar a superar as dificuldades. No discurso do segundo vídeo, o Papa faz um comparativo de Deus com o sentido de luz, caminho, direção: **“esta é a luz!”**. Na linguagem semiótica, significa iluminação divina, esperança, recomeço, renovação. A palavra ‘luz’ também pode ser analisada como estratégia metafórica para facilitar o entendimento do discurso, conforme foi apresentado por Reboul (2004) na fundamentação teórica.

A linguagem verbal do Papa se complementou com palavras e símbolos. A não verbal com gestos, o tom de voz eloquente e as expressões para demonstrar verdade naquilo que está comunicando, indo ao encontro das referências apontadas por Bechara (2009) e Santaella (1996).

O discurso apresentado na foto e no vídeo possibilita o uso dos letramentos multissemióticos de Roxane Rojo (2009) a partir da imagem, do som e da escrita, facilitando a compreensão da mensagem. Mais uma vez vai em direção ao objetivo de comunicação do Papa.

Sua linguagem popular e os exemplos aproximam, facilitando o entendimento e o diálogo com os internautas. É mais uma comprovação das teorias relacionadas à tribalização e à secularização de Michel Maffesoli (2002). O Papa divulga um Deus amoroso, fiel, que dá segurança, bem-estar e consolo. Não é mais um Deus que castiga ou condena pelos pecados.

O pensamento do imaginário também é encontrado no *corpus* quando menciona o que Deus representa para os cristãos. Retrata a significação do divino como um ser bondoso, protetor. Uma visão imaginária sobre a presença de um ser invisível capaz de realizar o que o homem deseja, desconstruindo e ideia do sofrimento para reconstruir outra perspectiva sobre o mundo, conforme apresentado por Silva (2003) e Maffesoli (2001).

É uma nova forma de compreender a espiritualidade que a Igreja Católica vem retomando. Um jeito contemporâneo de pensar sobre Deus, como Antônio Pierucci (2000) e Taylor (2010) apresentaram em suas teorias.

5.2. Análise da Categoria Práticas Cristãs

Na categoria Práticas Cristãs, optou-se pelo assunto Ações por ser a maioria das publicações, 21, conforme a tabela quatro. Nelas incluem temas sobre justiça, união das religiões, aborto e problemas sociais. Também foram somadas nove postagens sobre esperança e motivação. Em terceiro, outras publicações relacionadas ao bem comum. E por último, cinco postagens sobre amor, ecologia e paz.

ASSUNTOS DA CATEGORIA PRÁTICAS CRISTÃS	
Assunto	Número de postagens
Ações	21
Esperança	9
Bem Comum	6
Outras postagens	5

Tabela 4: Assuntos referentes à categoria Práticas Cristãs no perfil @franciscus

5.2.1 Análise de Postagens Práticas Cristãs

As três postagens selecionadas correspondem às práticas humanas. No Apêndice 2 se encontram as figuras escolhidas.

Foto 1 - Postagem de 23 de janeiro de 2017: A foto foi tirada em Guidônia²⁴, comunidade italiana localizada na província de Roma. Bergoglio põe sua mão sobre a barriga de uma mulher grávida que acompanha o gesto sorrindo. Em sua mão esquerda um aparelho celular. Ao lado dela estão outras mães com os filhos. À sua direita, supostamente uma delas segur um menino nos braços e à sua esquerda outras duas mães com seus filhos no colo. Ao fundo, uma cortina branca e vermelha. Presume-se que o momento era no intervalo de uma cerimônia de batizado ou um evento dedicado às crianças. A postagem adquiriu uma média de 165.000 curtidas.

Na legenda, uma frase em inglês, português, espanhol, italiano, francês e alemão. Aqui, traduzidas em português: **“Quem é cristão tem sempre o dever deste testemunho evangélico: salvaguardar a vida com coragem e amor em todas as suas fases.”**

Logo abaixo, duas palavras-chave em inglês com *hashtags* (#): [#protectlife](#), [#prayforlife](#). Tradução em sequência: “proteja a vida” e “reze pela vida”. As palavras reforçam a mensagem da legenda sobre o cuidado com a vida.

Vídeo - Postagem de 6 de fevereiro de 2017: Essa análise é o vídeo de Francisco sobre morte e aborto, conforme o apêndice. O vídeo foi gravado numa janela de suas dependências na cidade do Vaticano em Roma/Itália. Esse local é onde ocorrem os pronunciamentos públicos. A janela é antiga com um púlpito em acrílico transparente, um microfone e um manto de cor púrpura sobre o resguardo da janela. O vídeo foi gravado pela rede de televisão do Vaticano CTV (Canal de TV Vaticano) e postado no perfil do *Instagram*. Segurando o roteiro do discurso nas mãos, o Papa olha para a multidão enquanto fala. O vídeo teve cerca de 227.000 visualizações.

Na legenda, as palavras de Bergoglio foram reescritas nos idiomas inglês, português, espanhol e francês. Aqui, traduzidas em português: **“Toda a vida é sagrada! Levemos avante a cultura da vida como resposta à lógica do descart e à redução demográfica; juntos, rezemos pelas crianças que estão em perigo da interrupção da gravidez, assim como também pelas pessoas que estão quase em fim de vida: toda a vida é sagrada!”**

²⁴ Cidade metropolitana a 22km da Capital de Roma, no Lácio. Fonte: Wikipedia.

Foto 2 - Postagem de 17 de fevereiro de 2017: A postagem a ser analisada é uma foto de Francisco com os jovens. A foto foi tirada no pátio da Universidade de Roma Tre. Supõe-se que a foto foi registrada numa das visitas do Papa. Com uma das mãos, segura o braço de um menino ao se posicionar para a foto. Uma grade de proteção separa o Papa dos jovens. Do outro lado da grade, três deles se posicionam para tirar uma *selfie* com o celular. Mais atrás, outras pessoas, sendo que uma delas, ao fundo, segura uma câmera filmadora e grava a cena. Mais ao fundo está um dos prédios da universidade.

Francisco está olhando para a câmera e posicionado para tirar a *selfie* junto aos jovens. Eles, portanto, estão sorrindo e um deles segura o celular com uma das mãos para tirar a foto. A postagem atingiu mais de 135.000 curtidas.

Na legenda, uma frase nos idiomas em inglês, português, espanhol, italiano, francês e alemão. Traduzindo em português: **“Um coração jovem não suporta a injustiça e não pode ceder à cultura do descarte nem ceder à globalização da indiferença”**.

5.2.2 Interpretação das Postagens sobre Práticas Cristãs

Em relação ao público-alvo das postagens, a comunicação da foto 1 (mulher grávida) e do vídeo pode ser direcionada especialmente às mães e famílias cristãs. E a foto 2 (jovens) tem um foco destinado mais ao público jovem.

No vídeo, o discurso do Pontífice trata sobre a cultura da vida, focando nos casos de aborto e morte na velhice. Ele comentou que a vida é sagrada em qualquer momento e faz um apelo contra o preconceito e os assassinatos. Sua comunicação é autêntica e séria com um tom de alerta para chamar a atenção da população. O discurso tem pausas e entonações, inclusive na última frase, utilizando a arte da persuasão fundamentada anteriormente por Reboul (2004).

A opinião de Bergoglio tem forte influência mundial e visibilidade política, inclusive em assuntos polêmicos como o aborto. No vídeo, ele apresenta sua crítica sobre a lógica do descarte quando mães matam seus filhos na gravidez, muitas vezes por motivos fúteis, por exemplo, quando um filho atrapalha sua vida social, sua reputação, seus planos, ou até mesmo engravidam de homens com quem não gostariam de ter uma vida conjugal. E então, os fetos são descartados.

Em seguida, o Papa alerta sobre a cultura da vida e convida para a luta contra a redução da população. Ainda no segundo momento da fala do vídeo, o Pontífice propõe uma oração pelas crianças que correm esse risco, pelos idosos e doentes. E por fim, ele faz um apelo à vida olhando para a população: “toda a vida é sagrada!”. Ele exemplificou duas situações pontuais que acontecem na sociedade e concluiu com essa mensagem de compromisso.

Em relação à foto 2 (jovens), a postagem dá uma ideia inicial de descontração. Mas, após ler a legenda, sugere uma reflexão sobre os problemas sociais, a injustiça e a indiferença por parte dos jovens.

Desde o início de seu pontificado, o Papa vem apostando na evangelização dos jovens, pois a igreja entende que eles perpetuarão a mensagem por mais tempo, até pela disposição em estarem abertos para absorver as informações e por estarem em processo de amadurecimento em diversos aspectos, tanto que só no período analisado há seis postagens dedicadas a esse público.

Em vista disso, a igreja concentra sua comunicação nas redes sociais, onde esses jovens estão interagindo. Tanto que foi criado o perfil *@franciscus* no *instagram*, plataforma utilizada por esse público.

Mostrar que Francisco está presente nos ambientes onde os jovens estão, tanto em universidades como no ambiente digital é o objetivo de comunicação que Bergoglio propôs: chamar dos fiéis de qualquer idade para evangelizar. Portanto, a intenção da postagem é possibilitar uma identificação com o público jovem e incentivar a reflexão sobre o resgate de valores defendidos pela Igreja Católica.

O objetivo é alertar os jovens sobre os problemas que impedem o crescimento social e espiritual diante de tantas mudanças relacionadas à perda de qualidade de vida como o uso de drogas, a objetificação e erotização do corpo, a desvalorização da família tradicional e perda da espiritualidade. Com a globalização e a tecnologia, alguns valores começaram a ser questionados, especialmente o que busca destruir a família heterossexual. E com isso a igreja agrega pessoas e grupos que defendem os valores tradicionais e não são indiferentes diante das mudanças. O jovem é a grande aposta, pois é através dele que se iniciam novas ideias.

Jorge Mário Bergoglio procura persuadir os jovens em fase de escolhas sobre o propósito de vida e querem colaborar com algo produtivo para o desenvolvimento da sociedade e da fé católica. E conta com esse público para resgatar pensamentos e ideias que Jesus Cristo doutrinava. Um dos exemplos é a Jornada Mundial da Juventude²⁵ (conhecida também como JMJ), evento religioso constituído por João Paulo II em 1985, que desde lá acontece a cada dois ou três anos, sempre num país diferente escolhido pelo Papa encarregado. O evento reúne milhares de jovens de diversos países e sua missão é ensinar a fé católica, compartilhar a espiritualidade e possibilitar interações entre pessoas de diversas culturas.

A legenda da foto 2 é mais um exemplo de prática social segundo Magalhães (2005), pois menciona três problemas: injustiça, cultura do descarte e globalização da indiferença. Empregou uma linguagem generalizada não apontando para um problema pontual, mas refletindo os problemas mais comuns dessa geração. A frase inicia com a metáfora “coração jovem” serve para comover e o público identificar-se com a expressão.

Nas postagens, Francisco é o mediador da mensagem e seu discurso tem a intenção de esclarecer para superar os problemas sociais e as injustiças. O recurso baseado na linguagem da escrita é alertar, desacomodar e provocar uma ação, contrariando tudo o que for violento e prejudicial ao indivíduo. É o que Ramalho e Resende (2011) declararam sobre a função da linguagem e do discurso.

Ainda sobre a valorização da vida, o Papa tem como referência o que seu ícone Jesus Cristo representava. Um homem que se fez “carne” e que, segundo a Bíblia, morreu e ressuscitou no terceiro dia é símbolo da vitória da vida sobre a morte: “... foi sepultado e ressuscitou no terceiro dia, conforme as escrituras” (Cor 15, 4).

A intenção do *corpus* sobre ações teve o intuito de precaver os cristãos diante de uma realidade com tantas mortes, atentados terroristas e catástrofes, oferecendo a possibilidade de uma mudança de comportamentos, uma ressignificação de pensamentos e atitudes. Principalmente na foto 2, o discurso propõe uma reformulação dos valores e da moral

²⁵ Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Jornada_Mundial_da_Juventude>. Acesso em 15 de novembro de 2017.

no sentido de resgatar o ser humano ao invés de ignorá-lo. Em tempos de muita informação, relações momentâneas, divórcios, filhos sem a presença dos pais e a desestruturação da família tradicional, ocorre a preocupação com a responsabilidade nas relações sólidas. Segundo a igreja, são as relações familiares heterossexuais que oferecem uma base para educar e desenvolver a maturidade de uma criança. E foi o que Norman Fairclough (2001) mencionou sobre a utilização da persuasão na linguagem discursiva.

A perspectiva semiótica auxilia nesse processo comparativo do ícone Jesus Cristo com o ícone Jorge Mario Bergoglio. A comunicação e o conteúdo discursivo que Cristo fazia valorizavam o bem comum, os problemas sociais e o pedido de oração pela vida e pela cura. Francisco realiza a mediação entre Deus e o receptor que é fundamentada pelo compromisso com os problemas sociais.

A partir da reflexão semiótica constituída por Peirce (1977), obteve-se uma análise da postagem começando com a primeira impressão. Na primeiridade, a interpretação inicial da foto 1 foi de bem estar e entusiasmo com a gestação da mulher e o gesto de bênção do Papa. No vídeo, deu a impressão de tratar-se de um assunto sério e curioso que ele estava falando. A comunicação dos gestos, o ritmo tranquilo e pausado na fala colaborou para essa primeira interpretação. Na foto 2, o Papa está num momento descontraído com os jovens.

Na secundidade, desenvolvendo uma reflexão da foto 1 junto com a legenda e as palavras-chave, percebe-se a ideia de gerar comprometimento ao receptor. Acontece ali um convite à reflexão sobre um dever cristão de proteger as pessoas. Não somente crianças, como também a proteção de jovens, adultos e idosos. A ação de Bergoglio com a gestante manifestam tranquilidade e proteção. Analisando o vídeo, verifica-se que a seriedade do Papa estava relacionada a um assunto polêmico, bastante discutido pela igreja, pois menciona sobre a morte de crianças, doentes e idosos, levando à discussão sobre fragilidades humanas e a grande facilidade que se tem de descartar pessoas que não têm utilidade ou “atrapalham”. Em relação à foto 2, é um assunto preocupante na Igreja devido à perda de tantos jovens por outras religiões, pelo imediatismo, drogas, tráfico, assassinatos, promiscuidade e pelo descuido com a vida em geral.

Na terceiridade, o destaque na postagem da foto 1 é o comprometimento cristão com a sociedade que, segundo a Bíblia, é dever dos cristãos proteger e dar o exemplo para quem

não é cristão. Ao utilizar as palavras ‘coragem e amor’, significa que o fiel precisa ser persistente diante dos problemas que impedem esse comprometimento.

Com as transformações sociais, o avanço da ciência e o poder da tecnologia, o homem está descartável. Há impressão de que ocorre uma interferência de opiniões e mudanças em todos os setores. Presume-se uma disputa de poder do homem diante da natureza. Como Francisco procura alertar no vídeo, interromper a vida de outrem não é dever do homem. Ele faz um apelo para não interferir em outras vidas, pois não é a função da sociedade. Sua responsabilidade é respeitar como uma virtude divina e inviolável.

O local do discurso no vídeo tem também seu significado. Conversar numa janela aberta sobre um manto remete uma sensação de proximidade com a população, uma comunicação com teor simples e íntimo sem muita formalidade, como se o Papa aparecesse na janela para uma conversa. O manto de cor púrpura representa o sentido imperial do líder religioso, equilibrando a imagem da representação do Papa com a intimidade. Da mesma forma, o gesto da mão abençoando a barriga na foto 1 é um gesto simbólico praticado pela igreja católica quando quer comunicar proteção e bênção através da imposição das mãos. Na postagem 2, o local onde a foto foi tirada tem também sua interpretação semiótica. Estar numa universidade reforça ainda mais a identificação com os jovens. São indícios e símbolos de Umberto Eco (2003) que estão associados aos conceitos e ideias de persuasão cujas postagens procuram comunicar.

Nas três postagens foram utilizadas a linguagem verbal e não verbal. Na foto 1, por exemplo, a linguagem verbal da legenda significa proteção, principalmente nas palavras centrais “salvaguardar a vida”, fundamentando o que Bechara (2009) e Santaella (1996) discutem sobre o comunicador utilizar vários conteúdos signossimbólicos para comunicar a informação, incluir-se no meio social e persuadir com eficácia seu grupo. A fundamentação também é comprovada ao observar na foto 2 a relação da legenda com a imagem dos jovens sorrindo. Significa que o jovem responsável com a família consegue ser feliz pois age com justiça e valoriza as relações duradouras.

Ainda na foto 2, Papa Francisco toca no braço do menino quando está próximo aos jovens. E mais uma vez se comprova o que Santaella (1996) colocou sobre a comunicação dos gestos, expressões, do sentir e do apalpar, atribuindo o homem como ser de linguagem.

Interpretando os jovens na foto e a ação de um Papa tirar uma *selfie* compreende-se uma considerável mudança de interação entre um líder religioso e o fiel em relação aos líderes anteriores. A facilidade que a tecnologia proporciona a todos em poder interagir e tirar fotos a qualquer momento possibilita essa interatividade. Com o celular e a internet é possível registrar e publicar fotos instantâneas, principalmente os jovens. É um novo comportamento cultural e uma proposta criativa de socializar-se, conforme as reflexões de Douglas Kellner (2001), Jenkins (2009) e Lévy (1999).

O que Roxane Rojo (2009) apresenta nos estudos sobre letramento multissemiótico é aplicado também na leitura do texto, da imagem e do vídeo. Seria a multimodalidade do conteúdo que se desenvolveu graças à globalização da internet e que possibilita ampliar discussões com o receptor de qualquer lugar.

A serenidade e a eloquência de Francisco no vídeo pode ser incluída nos ensinamentos sobre os letramentos multissemióticos de Rojo, cuja compreensão do som e da imagem na expressão de Francisco colabora para assimilar a mensagem. As duas fotos também procuram ensinar como deve ser o modelo de família e de jovem cristão baseados nos princípios do cristianismo.

Rubem Alves (1987) lembra que religião é uma linguagem construída através de palavras, podendo expressar o bem, o mal ou desejo por algo. O desejo da religião católica é doutrinar a fé cristã, formar opiniões e conquistar os fiéis. Em vista disso, Francisco e o cristianismo protegem a vida dos perigos que divergem desses propósitos, conforme demonstrado na foto 1 e no vídeo.

O tema da foto 2 também vai ao encontro das teorias de Alves sobre o desejo de persuadir os jovens. Francisco alerta sobre três situações que prejudicam os princípios do jovem cristão e busca resgatar comportamentos que a religião usa como modelo. O desejo da doutrina é justamente conquistar novamente os jovens e comprometê-los com o cristianismo.

A intenção de comunicar a esperança também está presente no vídeo. Quando se fala sobre a morte, o discurso é sobre o cuidado com a vida. A retórica na última frase da postagem comprova essa intenção, principalmente quando utiliza o termo 'sagrada' para reforçar respeito e obrigação.

Como mencionado no estudo, Bergoglio representa a figura do próprio Jesus Cristo que doutrina e testemunha suas mensagens através do comportamento. Ele coloca emoção e intensidade nas palavras para aproximar as pessoas.

Na foto 1 foi utilizada a linguagem da persuasão salientada por Reboul (2004). Na primeira oração fica explícito o pedido de um compromisso permanente: “quem é cristão tem sempre o dever deste testemunho evangélico”. E depois a explicação desse compromisso aparece de forma generalizada, pois não indica nenhuma situação específica de gravidez que faria referência à foto, por exemplo. Tanto que foi mencionado no final do texto: “em todas as suas fases”. Portanto, é um discurso indireto que poderia ser aplicado em qualquer situação. Uma argumentação que determina o compromisso e depois explica a ação.

No vídeo, Papa Francisco utiliza a estratégia metafórica no termo “lógica do descarte” para facilitar a compreensão de maneira concreta quando refere-se em descartar tudo o que não for útil. O termo também é encontrado na legenda da foto 2 com a expressão “cultura do descarte”. Uma metáfora que surpreende por comparar objetos descartáveis com a vida humana, mas é esse o objetivo da metáfora: causar impacto para motivar a ação dos cristãos. Como disse Reboul, a metáfora convence mais que a analogia, justamente por ser mais objetiva.

As teorias de Maffesoli (2002) sobre tribalização e secularização também estão presentes nas postagens. Na foto 1, Francisco se aproxima da mulher grávida e interage tocando sua barriga reafirmando a estratégia comunicativa de Francisco. Ele se aproxima das pessoas para criar elos, compartilha os momentos e abençoa. Nesse caso, a mulher representa as mães católicas que valorizam a bênção de um líder religioso e acolhem o gesto com devoção. É o que Maffesoli relatou sobre desindividualização e valorização da persona além do que ela representa dentro do indivíduo. E a bênção do Papa simboliza a esperança e o cuidado.

Como é visto nos discursos, a sensação do divino estar próximo do homem é a tendência da espiritualidade atual. Deus não está mais distante do fiel como nos antepassados, mas está perto, é acolhedor e bondoso. Assim como é encontrado na fundamentação teórica, Maffesoli enfatiza esse novo jeito de entender o divino como secularização. A pós-modernidade contextualizada pela internet contribui para isso, especialmente nesse *corpus*.

A estratégia do Pontífice no vídeo em usar pronomes na primeira pessoa do plural (nós) também colabora com a intenção de proximidade para chamar os cristãos ao comprometimento. Ajudar faz parte do Corpo da Igreja, dá sentido ao novo conceito de tribalização, da criação de grupos do novo século, como colocou Maffesoli (1997). A intenção de Francisco é demonstrar que também faz parte da coletividade e está junto das pessoas abrindo espaço para o diálogo e os problemas da sociedade, constituindo uma maior confiança e incentivando o comprometimento de seus seguidores. A menção ao termo “juntos” no discurso fortalece a secularização. Além disso, quando ele menciona “rezemos”, refere-se ao pedido de oração para um ser superior. Portanto, existe a secularização, mas também a presença de um ser superior que tem o poder de mudança:

“**Levemos** avante a cultura da vida como resposta à lógica do descarté e à redução demográfica; **juntos, rezemos** pelas crianças que estão em perigo da interrupção da gravidez, assim como também pelas pessoas que estão quase em fim de vida: toda a vida é sagrada!”

A foto 2 de Francisco perto dos jovens é mais um exemplo de agrupamento. Ele está junto dos jovens para fortalecer a intimidade e a confiança.

Em relação ao imaginário, na foto 1 a teoria possibilita identificar como o cristão entende o movimento de imposição das mãos. Esse gesto é um símbolo tradicional que os católicos utilizam para receber uma bênção divina que pode ser praticada por um padre, bispo, Papa ou um cristão. Geralmente é presenciado em ritos litúrgicos, cerimônias, confissões ou em situações específicas como a da mulher gestante. Quem recebe a bênção crê na proteção e no amparo de Deus. Um exemplo de construção mental como apontam Silva (2003) e Maffesoli (2003).

Além disso, proteger a vida do indivíduo também é ser responsável. A postagem reforça a lembrança de que existe esse compromisso de fazer parte do coletivo. A intenção de estar num grupo com o mesmo padrão de comportamento estabelece segurança, cooperação e cria identidade.

O imaginário também é constituído ao visualizar a imagem da mulher grávida na foto 1. As mulheres que têm filhos, estão grávidas ou pretendem engravidar se identificam

com a foto, solidarizam-se com a gestante, interagem e se identificam, o que Maffesoli chama de socialidade.

A perspectiva do imaginário também é diagnosticada no vídeo de Francisco quando fala sobre inclusão. Alertar sobre a morte induzida de bebês na gravidez ou mortes prematuras de doentes e idosos incentiva um novo pensamento, desconstruindo e reconstruindo comportamentos de maneira a refletir se é errado decidir sobre outras vidas, se devem morrer ou não, se é aceitável matar um feto seja por motivos estéticos, financeiros, ou motivos supérfluos, ou ainda se é ético acelerar a morte de um doente por não fazer mais parte do ciclo ativo da sociedade.

A foto 2 também provoca uma releitura sobre os valores da juventude. Devido à globalização e à facilidade de escolha, boa parte desse público vem repensando seus valores familiares e suas relações sociais. Papa Francisco, portanto, convida para uma nova perspectiva.

Essa característica de aproximação, conforme a contribuição de Antônio Pierucci (2000), significa que não existe um paraíso distante ou “reino encantado”, mas uma reformulação da espiritualidade, uma nova maneira de pensar e agir em relação ao divino. Com a pós-modernidade, veio a proximidade, a intimidade e conseqüentemente uma maior abertura para o diálogo e as atitudes. A preocupação com a recompensa divina não se conquista somente com orações individuais, mas também com atitudes diárias dentro da própria sociedade que estejam a favor da vida e da coletividade. Um exemplo é o *corpus* de análise, pois relaciona a atitude com a oração.

Ser cristão é praticar alguns exemplos que o catolicismo propõe, como o respeito pela vida, justiça, a valorização dos relacionamentos e do o bem comum. É uma nova ordem moral do indivíduo sem a necessidade de influências externas que divergem do modelo cristão. Se o homem aceita o pedido do Papa, toma a decisão pela autoconscientização, por convencimento, mas não por imposição, chantagens ou pelo medo de não conseguir a salvação eterna. A prática do cristianismo através do pensamento coletivo é a releitura da espiritualidade apresentada por Pierucci (2000) e Taylor (2010).

5.3. Análise da Categoria Sofredores

Para dar início à análise e posterior interpretação definiu-se os assuntos relacionados à categoria dos sofredores. Nela estão temas sobre vítimas de catástrofes naturais, atentados, postagens ligadas à igualdade de índios, negros e imigrantes. Depois, foi definida mais uma categoria sobre pobres e doentes com seis postagens. Na categoria outras postagens são publicações sobre as demais fragilidades humanas que foram identificadas em menor número, três unidades. Por coincidir com o mesmo número de postagens nos dois primeiros assuntos, 11 cada como mostra a tabela cinco, foram analisadas uma postagem sobre catástrofes e duas postagens sobre igualdade.

ASSUNTOS DA CATEGORIA SOFREDORES	
Assunto	Número de postagens
Vítimas de catástrofes naturais e atentados	11
Igualdade com índios, negros, imigrantes	11
Pobres e doentes	6
Outas postagens	3

Tabela 5: Assuntos referentes à categoria Sofredores no perfil @franciscus

5.3.1 Análise de Postagens Sobre Sofredores

Entre as 22 postagens, três delas foram escolhidas para expressar com clareza o comportamento de Francisco diante dos problemas apontados. O Apêndice 3 mostra as postagens selecionadas.

Foto 1 - Postagem de 5 de janeiro de 2017: A foto foi tirada em Campo Marzio, uma das vinte e duas regiões administrativas de Roma, no Vaticano, mais especificamente no auditório Paulo VI²⁶ onde ocorrem as audiências do pontificado. A foto foi feita quando o Pontífice recebeu a carta de uma mulher em lágrimas ao lado do suposto filho. Francisco recebeu a carta e observava na mulher que, chorando, dizia algo para ele. À esquerda estava o filho, de mão dada com a mãe, que olhava para Bergoglio. À direita da foto, outra mulher

²⁶ O salão foi criado por Paulo VI e construído a partir de 1966 entre a sacristia da igreja Basílica e a Praça de São Pedro. Foi inaugurado em 30 de junho de 1971 e tem capacidade para 12.000 pessoas. Fonte: Wikipedia.

com olhar compadecido observava o Papa e segurava uma menina no colo. A menina, portanto, olhava para o menino e sua mãe. Em segundo plano, atrás deles, estavam outras pessoas. Deduz-se que esse momento seria o intervalo de uma audiência, quando Francisco dirigiu-se ao povo para interagir. A publicação teve cerca de 131.000 curtidas.

Na legenda, uma frase em inglês, português, espanhol, italiano, francês e alemão. Aqui, traduzidas em português: **“É belo saber que o Senhor cuida das nossas fragilidades, coloca-nos em pé para reencontrar, dia após dia, a infinita paciência de recomeçar”**.

Logo abaixo as palavras-chave com *hashtags* (#) sobre o terremoto na Itália nos cinco idiomas: *#coniterremotati*, *#withearthquakevictims*, *#earthquakeinItaly*, *#vítimasTerremotoemItália*, *#terremotoenItalia*. Com essas palavras-chave, percebe-se que a foto e a legenda referem-se aos terremotos ocorridos na Itália em 2016 que ocasionaram centenas de vítimas. Supõe-se, portanto, que a mulher na foto é familiar de uma vítima do terremoto.

Foto 2 – Postagem de 1 de fevereiro de 2017: A foto também foi tirada no auditório Paulo VI, em Roma, no Vaticano. Na foto, Francisco é abraçado por uma menina morena que está entre outros fiéis. A postagem atingiu cerca de 129.000 curtidas.

Na legenda, uma frase em inglês, português, espanhol, francês e alemão. Aqui, traduzidas em português: **“Deus deseja que todos os homens se reconheçam como irmãos e vivam como tais, formando a grande família humana na harmonia das diversidades”**.

Foto 3 - Postagem de 9 de setembro de 2017: A postagem é uma foto de Francisco com os descendentes indígenas da Colômbia. A foto foi tirada em céu aberto na cidade de Villavencio na Colômbia. Ele veste alguns acessórios típicos da região, um colar e um chapéu, e abraça um casal de índios que também estão com trajes indígenas. Bergoglio está olhando e sorrindo para um terceiro índio que está ao lado da mulher que o abraça. O índio, à sua esquerda, dá a sua mão para Francisco e olha fixamente para a câmera. Com a outra mão segura uma lança, arma de caça típica da região. Logo mais atrás, um bispo os observa, que é membro do Conselho Episcopal Latino-Americano. Atrás dele, estão mais alguns homens de gravata, pressupondo-se que são os seguranças do Papa. Todos eles observam Francisco e os colombianos indígenas. A postagem chegou a mais de 352.000 curtidas.

Na legenda, uma frase nos idiomas em espanhol, inglês, português, italiano e francês. Traduzindo em português: **“Todos somos necessários para criar e formar a sociedade. E aqui está a grandeza e beleza dum país: no fato de todos terem lugar e todos serem importantes. Na diversidade está a riqueza”**.

Abaixo da legenda, algumas palavras-chave com os *hashtags*: [#ViajeApostólico](#), [#Colombia](#), [#apostolicjourney](#), [#demoselprimerpaso](#), [#paz](#), [#peace](#)

5.3.2 Interpretação das Postagens sobre os Sofredores

O público-alvo da foto 1 é dedicado especialmente às pessoas que se encontram em alguma situação de sofrimento. Já as fotos 2 e 3 são dedicadas ao público em geral.

A frase da foto 1 refere-se ao recomeço após a morte de um familiar. A relação entre a foto e a legenda tem o propósito de comunicar a intenção do Papa em se solidarizar com a mulher. Na foto se percebe o acolhimento e a empatia de Francisco diante dos familiares das vítimas que buscam conforto na figura espiritual do Papa. Ele recebe a carta em silêncio e contempla o sofrimento da mulher.

A foto foi uma referência e a legenda estabeleciam um sentido amplo sobre a situação sem mencionar algum fato específico do terremoto. A imagem em si lembra os familiares em luto e pode remeter qualquer sofrimento humano. Como análise de discurso, é um exemplo do que Norman Fairclough (2001) chama de mudança de comportamento social, uma ressignificação dos fatos, visto que o discurso colabora para o processo de formação cultural e consolidação de crenças.

O discurso do cristianismo tem o hábito de consolar a morte fazendo com que o ouvinte reinterprete o sofrimento de perda, transformando assim, um modelo de comportamento. Essa crença da ressignificação da morte não deixa de ser uma prática social declarada pelos católicos (MAGALHÃES, 2006).

As fotos 2 e 3 também condizem com o que Fairclough e Magalhães apontam sobre prática social. Para enfrentar o problema de discriminação que assola o mundo inteiro, o Papa faz um apelo sobre o fim do preconceito racial do advertindo que todos são iguais diante de

Deus. Ele procura desmistificar o racismo rompendo paradigmas e crenças culturais que tiram a harmonia das classes.

Outro exemplo de prática social é a crença na figura paterna de Deus. A imagem das fotos 1 e 3 está relacionada ao papel do pai, cuja responsabilidade é cuidar de seu filho. A frase das postagens é um exemplo disso, pois para os católicos Deus cuida e quer o bem de seus filhos. Tornar pública a doutrina protetora de Deus fortalece ainda mais esse discurso indo ao encontro do que Ramalho e Resende (2011) apresentam sobre a intenção de contestar, questionar e refletir sobre a fraqueza, o sofrimento humano e a discriminação.

A perspectiva semiótica de Peirce (1977) auxilia na interpretação das postagens. Na primeiridade, opinião inicial da foto 1 foi de desconforto, compaixão e questionamento sobre o sofrimento da mulher. Já nas fotos 2 e 3, ao ver o Papa sorrindo e interagindo, a impressão foi de alegria e bem-estar.

Na secundidade, elaborando uma análise mais profunda da legenda e das palavras-chave o impacto da foto 1 foi maior, pois o resultado desse sofrimento era consequência de uma catástrofe da natureza que gerou inúmeras mortes. Então, a compreensão da mulher e do menino na foto foi de pesar. A reação de Francisco O olhar compreensivo de Francisco recebendo a carta causou uma sensação de compaixão diante daquela perda. A acolhida do sofrimento foi a percepção principal da postagem, possibilitando conforto e bem-estar. Na foto 2, Francisco comunica empatia, carinho e ternura ao abraçar a menina morena. Para ele, não existe diferença de idade ou cor, todos merecem a mesma atenção. Isso é visto também na foto 3 quando Francisco procura demonstrar a igualdade de forma bem humorada e natural, vestindo alguns acessórios indígenas. Com essa atitude ele comunica integração, humildade e aceitação de todas as raças e cores.

Na terceiridade, a análise da foto 1 é a relação do divino com Francisco. Quem conforta e motiva é Deus e na foto o Papa se apresenta como mediador do divino e dos cristãos, assim como Jesus Cristo. Esse gesto de Francisco receber a carta é o que Umberto Eco (2003) interpreta como “sinais”, ou seja, um conjunto de ideias que lembram o amparo e a proteção divina mas são transferidos na figura do Papa. A legenda da foto 2 seria como se Francisco estivesse transmitindo uma mensagem de Deus sobre o que deseja dos fiéis esperando que todos se considerem como irmãos para formar uma grande família. A religião não exclui

ninguém e se o fiel obedece a Deus tem o compromisso de não excluir também. Na legenda da foto 3, quando fala sobre a diversidade e compara com o termo ‘riqueza’, é a maneira de relacionar o indivíduo com algo valioso, precioso. Não refere-se às joias ou acessórios de grande valor, mas ao valor humano. Esse conceito de valor poderia ser feito também na imagem de Francisco com os acessórios que veste, cujas joias dos índios não têm o mesmo preço que pedras preciosas, ouro ou diamante, mas têm o mesmo significado. São alguns dos conceitos associados ao que Eco apresentou.

Avançando a análise, nas postagens foram utilizadas a linguagem verbal e a não verbal para representar a proteção da igreja diante da dor e do sofrimento ocasionados pela discriminação. A não verbal está na foto e como complemento a linguagem verbal está na legenda, fundamentando o que Bechara (2009) e Santaella (1996) colocam sobre a interpretação da mensagem através de ideias e sentimentos.

O aprendizado que as imagens trazem ao receptor sobre o sentido de bondade, igualdade, ternura e segurança divina através de Francisco também tem relação com a aplicação do que Roxane Rojo (2009) apresenta nos estudos sobre letramento multissemiótico. Não somente a escrita proporciona essa experiência, mas também a imagem, são os chamados “*multiletramentos*” citados por Rojo que pertencem à realidade tecnológica do século XXI.

O desejo de esperança apresentado nas palavras da foto 1 **“coloca-nos em pé para reencontrar, dia após dia, a infinita paciência de recomeçar”** e na foto 2: **“Deus deseja que todos os homens se reconheçam como irmãos e vivam como tais, formando a grande família humana na harmonia das diversidades”**. É o que Rubem Alves (1987) destacou sobre aplicabilidade da religião em sua linguagem. As palavras representam o desejo do fim da dor, da angústia e das diferenças, juntamente com a busca incessante por conforto espiritual. É modelo de comportamento sobre a fé criado tradicionalmente pela instituição católica.

Na foto 1, o sentido metafórico da expressão na legenda “coloca-nos em pé” serve para compreender o sentido de motivação e encorajamento do fiel em sofrimento, além de contribuir para facilitar o entendimento. Outra metáfora é a representação do sofrimento humano, pois a mulher simboliza a população cristã que passa por momentos de sofrimento que, ao ver a postagem, se identifica com a foto.

Na foto 2, a metáfora na legenda “grande família humana” dá a ideia de proximidade e aconchego. A imagem da criança sorrindo e abraçando o Papa contribui para esse conceito de carinho e ternura. A menina ser acolhida representa todos os negros e sofredores que a doutrina acolhe e é representada por Francisco. O desejo de Deus é a igreja ser misericordiosa com os que sofrem discriminação, indo ao encontro do que está na legenda. Isso é visto também na metáfora “grande família humana” que consta na legenda da foto 3, conforme analisado anteriormente.

A dor é inerente ao sentimento do indivíduo, pois cedo ou tarde todos passam por situações semelhantes. Então, a intenção da mensagem da foto 1 é convencer o fiel de que, ao passar por um sofrimento, é necessário ter coragem e, sobretudo, recorrer a Deus. É o que Reboul (2004) apresentou nas teorias sobre a importância da metáfora para facilitar a retórica e incentivar a ação do receptor. Fala também do incentivo a um pensamento mais harmonioso e comunitário, como nas fotos 2 e 3.

A sensação do divino estar próximo e ser misericordioso é o que Maffesoli (2002) fala sobre o reencantamento do mundo e uma nova maneira de perceber a proximidade de Deus. Isso possibilita a certeza de que o divino cuida do sofrimento e encoraja o fiel para continuar mantendo suas esperanças.

A reflexão sobre tribalização de Maffesoli (2002) também pode ser aplicada nessa análise. Na foto 1, Francisco se aproxima da mulher e recebe a carta, indo de acordo com a estratégia comunicativa de Francisco. Na foto 2 ele também se aproxima e abraça o seu povo. Na foto 3, além de estar com os índios, usa seus acessórios. Ele vai até às pessoas, ouve e acolhe seu pedido, valoriza seu grupo estabelecendo uma relação harmoniosa e igualitária. O que une Francisco ao fiel nesse caso são o sofrimento e a esperança, pois o fiel procura a igreja para compartilhar sua dor e confortá-la. É o processo de desindividualização e do que um indivíduo pode representar para o outro, como Maffesoli comentou. Francisco representa alívio, motivação, humildade e esperança para sua igreja.

A estratégia de comunicar suas ideias nas legendas das fotos 1 e 3 a partir dos pronomes na primeira pessoa do plural (nós), também auxilia na intenção de empatia e identificação. Isso complementa a união da igreja com o fiel em sofrimento e o excluído exemplificando o que Maffesoli apontou sobre “estar junto” - agrupamentos e relações em

comunidade. Tal discurso reafirma o sentido de secularização e da crença em haver uma hegemonia divina que concede o poder da mudança e do encorajamento. Trata-se de uma nova referência de socialidade que Maffesoli fundamentou. Uma alusão a identificações comuns sobre as emoções vividas.

A análise do imaginário também é identificada no *corpus*, pois reflete como o fiel deveria agir em situações de sofrimento dos outros e do preconceito. Fazer parte da coletividade ajuda a administrar esse sentimento, agrega novos sentidos, novos comportamentos, possibilitando uma sensação de conforto e encorajamento, segundo os apontamentos de Silva (2003) e Maffesoli (2001). Confiar em Deus auxilia na passagem do luto, incentiva a desconstruir pensamentos negativos e reconstruir novas perspectivas.

Essa nova realidade sobre o paternalismo de Deus vai ao encontro do que Antônio Pierucci (2000) apresenta sobre o novo conceito de crenças, ou seja, o reencantamento do divino. Para os cristãos, a oração a Deus e crença de que Ele atende é a melhor maneira para sair do sofrimento e praticar a doutrina cristã.

Tudo isso é mais uma forma de vislumbrar o que Taylor (2010) coloca sobre a realidade da fé na pós-modernidade. O fiel busca uma nova espiritualidade, é conquistado pela ideia do amor incondicional, pela bondade divina, o bem-estar interior e a acolhida da igreja, e não mais pela coerção ou pelo medo do pecado em troca do paraíso.

As próximas categorias serão um complemento do que vem sendo identificado nas postagens anteriores. Referem-se ao Papa e ao cuidado com as pessoas.

5.4. Análise da Categoria Cultura do Encontro

Para continuar com a análise das categorias, pretendemos delinear algumas postagens sobre a Cultura do Encontro proposta por Papa Francisco. Para isso, definiu-se os assuntos relacionados à categoria por Visitas do Papa, totalizando 13 postagens no período analisado, e também outros encontros somando 11 postagens. Para que a análise tivesse uma melhor consistência, optou-se por analisar duas postagens sobre as Visitas do Papa e uma postagem sobre o assunto Encontros.

ASSUNTOS DA CATEGORIA CULTURA DO ENCONTRO	
Assunto	Número de postagens
Visitas do Papa	13
Encontros	11

Tabela 6: Assuntos referentes à categoria Cultura do Encontro no perfil @franciscus

5.4.1 Análise de Postagens sobre a Cultura do Encontro

Entre as 24 postagens, foram escolhidas aleatoriamente três que expressassem com clareza o comportamento de Francisco diante da proposta que ele vem comunicado à igreja sobre a Cultura do Encontro. Conforme demonstrado no Apêndice 4, foram selecionadas três fotos.

Foto 1 - Postagem de 1 de abril de 2017: A foto foi tirada no Centro Regional Sant'Alessio - Margherita di Savoia para pessoas cegas em Roma. Na foto está Francisco e uma menina cega de frente um para o outro. A menina coloca suas mãos sobre a cabeça do Pontífice enquanto que ele a abraça. Logo atrás está outra menina sorrindo e mais outras crianças. Mais atrás está uma mulher em pé. Ao fundo, um armário e uma cortina amarela. A publicação teve cerca de 144.000 curtidas.

Na legenda, está escrito uma frase em inglês, português, espanhol e italiano. Aqui, traduzidas em português: **“Visita aos hóspedes do Centro Regional Sant'Alessio - Margherita di Savoia para pessoas cegas em Roma”**.

Logo abaixo, palavras-chave com *hashtags* (#) #Tenerenza, #Ternura, #Tenderness. Seria a palavra ternura nos idiomas italiano, português e inglês.

Foto 2 - Postagem de 10 de junho de 2017: A foto foi captada no pátio do Palácio do Quirinal em Roma. O local é a residência oficial do Presidente da Itália Sergio Mattarella. Na foto está Francisco recebendo de uma menina um pacote com sementes retirado de uma sacola. Uma pessoa segura a sacola e um manto, mas na foto só aparecem suas mãos. Atrás da menina e do Papa, o presidente Sergio Mattarella, outro homem de gravata e mais uma mulher os observam sorrindo. A publicação atingiu cerca de 114.000 curtidas.

Na legenda, está a frase em italiano e inglês, aqui escrita em italiano: “**Visita al Presidente della Repubblica Italiana, Sergio Mattarella**”.

Foto 3 - Postagem de 2 de agosto de 2017: A foto foi captada num plano superior no auditório do Vaticano Paulo VI. Francisco está no meio da multidão em frente a um casal cujo homem suspende um menino loiro nos ombros. Papa encosta sua mão no rosto do menino. Ao redor deles, estão muitas pessoas tentando tocá-lo, tirar fotos e falar com ele. A publicação obteve cerca de 168.000 curtidas.

Na legenda também tem as palavras-chave com *hashtags* escritos em inglês, português, espanhol e italiano: *#GeneralAudience*, *#AudiênciaGeral*, *#AudienciaGeneral*, *#audienzagenerale*. Com isso, nota-se que se trata de um dos eventos de audiência quando Francisco interage com os fiéis.

5.4.2 Interpretação das Postagens sobre a Cultura do Encontro

O público-alvo da foto 1 é dedicado especialmente às pessoas que possuem alguma necessidade especial. Já as fotos 2 e 3 são dedicadas ao público em geral. A foto 1 representa uma parte da sociedade que é deficiente visual. E a intenção do Pontífice visitar esse tipo de instituição é colaborar para a inclusão e fortalecer seu objetivo de evangelizar indo ao encontro de todos, sem exceção, especialmente os portadores de necessidades especiais. Ele comunica na mídia aquilo que seu pontificado deseja, ou seja, ir até às pessoas, acolher seus anseios e sofrimentos pessoalmente. Ele procura comunicar não somente através de palavras, mas principalmente pelo exemplo.

Ainda na foto 1, a legenda é composta somente pela localização tratando-se de uma visita à instituição. Logo abaixo, a palavra ‘ternura’ está em três idiomas. Descrevendo a relação da palavra-chave com a foto, Francisco pretende demonstrar que não considera a situação como uma obrigação, pois não comunica pesar nem tristeza, mas age normalmente, da mesma maneira quando não possuem qualquer tipo de deficiência. Ele mostra tanto nos gestos quanto na expressão uma alegria e um grande interesse de estar perto do seu povo. Pretende comunicar esse pensamento para motivar o receptor a agir da mesma forma como uma mensagem para seus fiéis leigos e principalmente para outros líderes religiosos. Como

análise de discurso, é o que Norman Fairclough (2001) chama de mudança de comportamento social ressignificando a prática da indiferença.

O crescimento da indústria digital em que a comunicação entre as pessoas vem aumentando, gera uma preocupação na igreja sobre a superficialidade nas relações em busca do afeto e do diálogo no ambiente virtual, mas ao mesmo tempo existe a discriminação e a indiferença nas relações interpessoais. Essa realidade é comprovada nas três postagens dessa categoria, o que também podem ser consideradas práticas sociais, conforme evidenciado por Magalhães (2006).

A perspectiva semiótica de Peirce (1977) auxilia na interpretação das postagens. Na primeiridade, a impressão inicial das três fotos foi de harmonia e interatividade ao observar o Papa e as pessoas. Na secundidade, a foto 1 representa a humildade, pois Francisco deixa ser tocado pela menina cega para ser identificado. A foto 2 também representa humildade e simpatia quando ele recebe o pacote de sementes sorrindo. Francisco procura comunicar que acolhe todas as demonstrações de afeto. Sua forma de abordagem e simpatia é a mesma com qualquer indivíduo, possibilitando comunicar aos fiéis que, independentemente de quem seja, o encontro pessoal proporciona essa alegria. A foto 3 confirma essa comunicação. O Papa não se importa em estar perto do povo, pelo contrário. Ele gosta de se aproximar para tocar nas pessoas, estar perto para acolher suas alegrias e tristezas.

Na terceiridade, as três fotos confirmam o carinho e o interesse de Francisco pelo seu povo. Ele não só fala, mas age como Jesus Cristo ensinou. Ele acredita no exemplo para mudar o pensamento da sociedade. É assim que ele procura se comunicar na mídia, dar o exemplo para ser seguido. Percebe-se que ele está ciente de sua representatividade e sabe comunicar muito bem essas propostas.

Por ser o maior representante da igreja Católica, o que Francisco fala e faz tem grande repercussão. A publicação de suas visitas exprime a linguagem do que ele deseja para sua igreja. Nas fotos o movimento de ir até às pessoas e tocar nelas remete ao que Santaella (1996) e Bechara (2009) comentam sobre a comunicação não verbal.

A leitura das fotos e das legendas complementam as outras análises sobre o letramento multissemiótico. O receptor pode aprender a agir como o Papa vendo como ele se

comporta e age diante de outra pessoa, mesmo humilde, com alguma necessidade especial, desconhecida no meio da multidão ou uma autoridade política. Todas as pessoas são suscetíveis a esse aprendizado se querem seguir os ensinamentos cristãos.

O desejo de Francisco é estabelecer a cultura do encontro em toda a sociedade cristã. E foi adotado pela igreja no seu pontificado na esperança de unir as nações, facilitar o diálogo e melhorar os problemas da humanidade. Essa é uma das principais linguagens que ele comunica através de palavras, fotos e textos. Esse é de Francisco e do catolicismo, conforme apresenta Rubem Alves (1987) sobre o significado do desejo na religião.

Reiteramos nesse *corpus* o que Maffesoli (2002) aponta sobre o reencantamento do mundo com um novo pensamento e o fortalecimento de atitudes ligadas ao conceito de comunicação. A intenção de comunicar à igreja persuadindo com ideias positivas através do contato pessoal, da espiritualidade, do carinho e da ternura. Francisco poderia mostrar na mídia o lado negativo da sociedade, o mal e a violência. Mas ele preferiu apresentar ações de bondade e humanidade. Essa é a finalidade do novo conceito do catolicismo e de Papa Francisco. Mostrar através do exemplo que é possível fazer o bem para melhorar a humanidade.

Como complemento, as iniciativas do Papa desconstruem a ideia de um Papa severo, distante e intocável, apesar de ter sua personalidade conservadora. Agora existe um Papa que tem seu pensamento tradicional mas comunica de outra maneira, está com o povo, mostra empatia, humildade, amabilidade, o que modifica completamente o conceito tradicional do maior representante da igreja.

O conceito de tribalização, do esforço em estar junto, como pensa Maffesoli (2002) mais uma vez comprova nas três postagens sobre a intenção de Francisco e que já foi analisado anteriormente. É um convite ao princípio da solidariedade, da paciência e da igualdade entre classes sociais, idades, raças e outros problemas, como se comprovou nas postagens.

As publicações dessa categoria também estão relacionadas à configuração do imaginário proposto por Silva (2003) e Maffesoli (2001). Uma nova leitura da sociedade através do exemplo uma reconstrução da ações diante da humanidade que sofre e precisa de assistência.

A proposta é uma alternativa para corrigir os erros do mundo e priorizar tudo o que favorece o bem comum. Um caminho contrário ao individualismo, ao sofrimento e à indiferença, e por fim, uma nova realidade sobre a fé (TAYLOR, 2010).

5.5. Análise da Categoria Pessoas

Para finalizar a análise, pretende-se delinear as postagens sobre a categoria Pessoas referindo-se a publicações com mais atenção e cuidado com o ser humano. Para isso, foram definidos os assuntos relacionados à categoria Crianças que somaram nove postagens, Família e filhos unindo seis postagens e também o assunto sobre Jovens com mais seis postagens. Para análise, optou-se pela escolha aleatória de três postagens sobre crianças.

ASSUNTOS DA CATEGORIA PESSOAS	
Assunto	Número de postagens
Crianças	9
Família/filhos	6
Jovens	6

Tabela 7: Assuntos referentes à categoria Pessoas no perfil @franciscus

5.5.1 Análise de Postagens Sobre Pessoas

Entre as 9 postagens, foram escolhidas aleatoriamente três que expressassem a comunicação do Papa em relação às crianças. Conforme demonstrado no Apêndice 5 do anexo, foram selecionadas três fotos.

Foto 1 - Postagem de 15 de fevereiro de 2017: A foto foi tirada na Sala de Audiências Paulo VI em Roma, no Vaticano. Na foto Francisco abraça e beija uma menina sem cabelos e com uma máscara no rosto, portadora de câncer. A menina também abraça o pontífice e olha para o menino que está ao lado sorrindo para ela no colo de uma mulher. Ela, à esquerda da foto, acompanha o gesto. Ao fundo estão outras pessoas e cadeiras de rodas. A publicação teve cerca de 159.000 curtidas.

Na legenda está escrito uma frase nos idiomas inglês, português, espanhol, italiano, francês e alemão. Aqui, traduzidas em português: **“Nós podemos perguntar ao Senhor:**

‘Mas Senhor, por que sofrem as crianças?’. O Senhor não nos dirá palavras, mas sentiremos o seu o olhar sobre nós e isto nos dará força.”.

Logo abaixo, palavras-chave com *hashtags*
#InternationalChildhoodCancerDay, *#diamundialcontraocancerinfantil*,
#diacontraelcancerinfantil.

Foto 2 - Postagem de 11 de maio de 2017: A foto foi tirada na Praça de São Pedro em Roma, no Vaticano. Na foto, Francisco sorri para um menino e segura um boné vermelho sobre sua cabeça. À sua frente, no outro lado do muro está um menino em pé, sendo o suposto dono do boné. Atrás do menino outras pessoas acompanham, sorriem e aplaudem. No outro lado, atrás do Papa, também estão outras pessoas e fotógrafos os acompanhando. A publicação teve em média de 171.000 curtidas.

A legenda contém somente duas palavras-chave com *hashtags*: *#GeneralAudience*
#tb

Foto 3 - Postagem de 21 de junho de 2017: Essa foto também foi tirada na Praça de São Pedro em Roma, no Vaticano. Francisco está em pé sobre o papa-móvel e segura em suas mãos um papel com um desenho. Na sua frente se encontra uma menina no colo de seu pai, que seria supostamente a dona do papel. Atrás o Papa encontram-se um padre, alguns cinegrafistas e a multidão que os observavam. No fundo, o cenário com as colunas da arquitetura da praça. A publicação teve cerca de 166.000 curtidas.

Na legenda tem somente duas palavras-chave com *hashtags*: *#generalaudience*
#tenderness

5.5.2 Interpretação das Postagens sobre Pessoas

O público-alvo das postagens seria o público em geral. A foto 1 pode se referir mais especificamente aos familiares que têm uma criança doente. Esse *corpus* de análise reforça como Francisco valoriza o fator humano, conforme visto em outras situações das análises anteriores. Nesse caso, porém, é visto como Francisco comunica o que gostaria na interação com as crianças. Percebe-se que ele não ignora por ser uma criança, pelo contrário. Brinca,

abraça, sorri e se comunica com elas. O maior líder do catolicismo agir com essa naturalidade pode-se dizer que é um comportamento diferenciado.

O *corpus* utiliza a estratégia persuasiva publicando fotos com crianças, visto que esse tipo de postagem tem um alto poder de persuasão. A teoria que Ramalho e Resende (2001) falam sobre a utilização da linguagem para superar problemas é diagnosticada na legenda da foto 1 quando é questionado a Deus sobre o sofrimento das crianças. Deus não traz a resposta, mas traz coragem e fortaleza para continuar persistindo nas dificuldades.

Segundo a semiótica de Peirce (1977), na primeiridade a impressão inicial da foto 1 foi de tristeza e compaixão. Nas outras duas, o sentimento é de alegria e leveza. O Papa está brincando e interagindo com as crianças. Na secundidade, a foto 1 representa a misericórdia e o carinho de Francisco, pois ele acalenta com um abraço e um beijo na cabeça da menina. Nas três postagens Francisco procura comunicar mais uma vez que se aproxima de todos, sejam jovens, adultos ou crianças. Os gestos de carinho demonstram o exemplo para as crianças mas também para todos os fiéis. Na terceiridade, a interpretação pode ser feita sobre a representação de uma criança numa foto como essa. As crianças representam o futuro e a esperança da sociedade, motivando realizar as mudanças necessárias e oferecer um mundo melhor para elas. Além disso, através de sua inocência, elas podem ensinar muito sobre a fragilidade e a verdadeira essência do ser humano em se preocupar com o bem comum. Interpretando a legenda da foto 1, a pergunta é o que muitos fiéis costumam questionar para aliviar seus sofrimentos, tentando justificar suas escolhas ou pelo menos encontrar um responsável para cobrar alguma resposta. Há também uma representatividade de descontração e brincadeira na foto 2 em que Francisco coloca o boné do menino em sua cabeça. O Papa procurou interagir para conquistar a criança e tirar sua timidez. Na foto 3, o Papa recebe o desenho da menina sorrindo, comunicando gratidão, alegria e simplicidade ao receber um presente feito por uma criança.

A imagem de uma criança significa inocência, pureza e fragilidade. Nas postagens com as crianças é a simbologia sobre a valorização do simples relacionando a vida do homem. O cristão precisa estar sensível e aberto aos problemas da humanidade. Nas três postagens encontra-se um Papa autêntico e motivador que anima a igreja com sua coragem e sua sensibilidade, superando as adversidades e valorizando as pessoas.

As postagens também complementam o que Bechara (2009) e Santaella (1996) afirmaram sobre o uso da linguagem não verbal para expressar sentimentos. Francisco se comunica através do tato, da brincadeira e do carinho com as crianças.

As fotos e as legendas são outros exemplos de letramento multissemiótico descrito por Rojo (2009). As imagens ensinam sobre comportamento, principalmente em situações de fragilidade, sofrimento, alegria e descontração.

Além disso, o desejo de Francisco é comunicar a sensibilidade humana através da inocência de uma criança. O divino está presente não só em situações de sofrimento, mas também nas alegrias e nas pequenas atitudes. (ALVES, 1987)

A legenda da foto 1 é mais um exemplo sobre o conceito de reencantamento do mundo pela religião e socialidade que Maffesoli (1997) fundamentou. O fiel é convidado a entender que Deus não dá respostas, mas oferece a coragem para encontrar as respostas. Um novo conceito de fé que vem resgatando o verdadeiro significado da religião. Essa ideia de tribalização é o que Bergoglio demonstra na troca afetiva com as crianças.

A representação de um ser superior que encoraja o fiel na legenda da foto 1 é outro exemplo de caráter imaginário segundo as palavras de Silva (2003) e Maffesoli (2001). Na frase “sentiremos seu olhar sobre nós” indica que existe uma representatividade de alguém olhando de cima e corresponde ao sentimento de proteção, o que proporciona segurança e conforto diante de uma doença como o câncer. Essa é a ideia do novo Deus na secularização. Um divino misericordioso que não se vinga, muito menos castiga com as doenças humanas, mas desperta a esperança e a coragem para enfrentá-las. Portanto, essa é a nova realidade religiosa comprovada novamente por Taylor (2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar a comunicação de um ícone religioso na contemporaneidade é dar ênfase ao teor comunicativo de um líder. No âmbito das ciências da comunicação, não significa somente emitir sinais, sons ou palavras para que a mensagem consiga chegar ao receptor, mas também entender o sentido da comunicação simbólica no contexto semiótico que promove o interesse e o mútuo entendimento. Antes de tudo, comunicar é um ato de relações humanas.

A comunicação é qualquer troca de informações entre duas ou mais pessoas, incluindo um líder de um grupo, de uma instituição ou de uma multidão de seguidores. Dessa forma, a natureza dos relacionamentos se torna a base de todo o processo em questão.

Conforme discutido ao longo da pesquisa, com a pós-modernidade a comunicação está sofrendo um processo de transformação especialmente no âmbito da religião. Seria um processo de tribalização do mundo, de acordo com Maffesoli (1997). A ideia de subordinação, classes sociais, por exemplo, está sendo substituída pelo reconhecimento de vínculos e grupos, chamado pelo autor de “socialidade”.

Contudo, a contemporaneidade e o avanço da mídia digital favoreceram na criação e na expansão de novos grupos religiosos, o que preocupou a igreja católica por perder fiéis, além do risco que já estava sofrendo com a exposição da mídia devido aos escândalos de pedofilia, etc. Em virtude dessa transformação, surgiu uma reconfiguração das igrejas que foram substituídas por outros locais, como também ocorreu a transferência desse relacionamento para as conexões digitais.

Maffesoli (2001) e Silva (2003) contribuíram nesse trabalho para analisar o novo formato da religião sob o ponto de vista do imaginário. Percebi que a reinterpretação do divino não está mais no estado transcendental, mas junto dos fiéis, havendo, portanto, uma mudança do sentido coletivo e uma nova maneira da sociedade estar no mundo.

Na minha perspectiva de análise, a necessidade de obter relações interpessoais cria o processo necessário para as trocas comunicacionais e, por consequência estabelece uma atmosfera de secularização. A mídia digital é causa mas também consequência, pois veio para facilitar esse processo de relacionamento.

Ao estudar a comunicação do maior líder do catolicismo da atualidade, Jorge Mário Bergoglio, ou Papa Francisco, percebi que ele representa fortemente essa mudança. Com a renúncia do seu antecessor Bento XVI, o clero foi bem sucedido em escolher um líder com características similares à nova realidade.

A personalidade singular do Papa Francisco como homem autêntico, conservador, firme e, ao mesmo tempo, amoroso, empático, humilde e sensível conquista as pessoas. Ele é considerado um ícone de liderança não somente para religiosos, para empresários, gerentes, professores e líderes em geral que diariamente se relacionam com pessoas e equipes.

Como vimos no estudo, além de Bergoglio, tivemos outros grandes ícones ao longo da história da religião que conquistaram multidões pela sua maneira de comunicar com a igreja, tais como Jesus Cristo, Maria, São Francisco de Assis. Assim como os ícones da contemporaneidade como a Madre Teresa de Calcutá, João Paulo II e Bento XVI apesar de sua curta passagem.

O potencial simbólico da comunicação de Papa Francisco repercutiu de tal forma, que seus canais de mídia tradicionais e digitais obtiveram posição de destaque diante de outros ícones. O perfil *@franciscus* do *Instagram*, escolhido como objeto de estudo, foi um exemplo dessa revolução e que complementa tão bem a sistematização teórica apresentada por Maffesoli e os outros autores.

Através da metodologia de pesquisa baseada na análise de conteúdo, procurei canalizar a análise e a interpretação no perfil do *Instagram* entre 01 de janeiro e 01 de setembro de 2017 separando em cinco categorias: Espiritualidade, Práticas Cristãs, , Cultura do Encontro e Pessoas. Dentro das categorias, separei por assuntos e temas como desigualdade racial, oração, catástrofes e sua missão de promover o relacionamento interpessoal, a chamada “Cultura do Encontro” por Francisco. Logo, em todas elas, observei estruturas de linguagem parecidas, tanto nas fotos, quanto nos vídeos.

Nos discursos de praticamente todas as postagens aparece a linguagem metafórica e persuasiva. Nas fotos a personalidade de Bergoglio é claramente visível e seu discurso complementa nas legendas. Sua abordagem sincera, humilde e motivadora é expressada claramente nos temas postados no seu perfil. Tanto os assuntos apresentados quanto a frequência das publicações colaboraram para verificar que o líder religioso e a igreja utilizam a comunicação de maneira eficaz de acordo com a realidade contemporânea, tanto sob o viés

da secularização – o reencantamento religioso - quanto sob o viés das relações humanas digitais.

Foi observado o uso do letramento multissemiótico abordado por Rojo (2009) com o uso de fotos, textos, vídeos e slides, bem como a aplicação semiótica de pensadores como Peirce (1977) e Umberto Eco (2003). No caso da comunicação do Papa, logo identifiquei que o ponto central estava em comunicar a solidariedade, ou seja, seu interesse em acolher e aproximar as pessoas para motivar a pensar no bem comum.

A prática do bem, da justiça e da igualdade tem bastante relevância em inúmeras postagens do *corpus*, mas não descarta o foco na espiritualidade através da oração e da participação de Deus. Como observado no período de análise, especialmente na categoria Espiritualidade, o divino está junto das pessoas e Francisco tem a plena consciência de sua responsabilidade como mediador e informante dessa presença.

Amar o próximo e a doação completa de si são expressões que apropriam-se da doutrina cristã. Tal conduta manifesta a estreita afinidade com o diálogo, a proximidade e a humildade evidenciados na comunicação verbal e não verbal do Papa. São alguns dos principais conceitos observados na análise, os quais são importantes para um relacionamento duradouro entre dois indivíduos. Nesse caso, favorecem para cativar e fidelizar o público cristão ou simpatizante do Papa que segue o perfil no *Instagram*.

Tendo em vista que a comunicação autêntica se faz baseada em vínculos e informações, a comunicação semiótica do perfil *@franciscus* apresenta como uma mídia um tanto eficaz ao propósito que é destinada. Ter estudado uma pequena parte dessa enorme mutação comunicacional podemos considerar que a atuação de um ícone religioso é apenas uma etapa desse fenômeno aqui investigado.

Não podemos prever se a comunicação humilde, solidária e amorosa de Francisco se estenderá futuramente. Se irá propiciar mudanças estruturais na Igreja Católica Romana ou se continuará conquistando novos cristãos para sua igreja. Ou ainda se inspirará ou não os padrões de comunicação de outros líderes mundiais. Porém, considerando o presente, temos a convicção de um pensamento: a personalidade e a estratégia persuasiva de comunicação do Papa Francisco por meio de metáforas e símbolos rendem um elevado interesse por parte da mídia e de sua igreja.

Portanto, acreditar na comunicação autêntica de Jorge Mário Bergoglio requer sabedoria, coragem e um certo grau de abdicção às práticas comuns do dia a dia. Afinal, Bergoglio é o representante da igreja, o Papa, então muitas atitudes são exigências de sua representatividade. De maneira que tenho uma certa incertezas se essa comunicação pode ser aplicada não só nos cristãos ou líderes religiosos, mas à sociedade em geral. Gostaria que fosse. No entanto, penso que uma comunicação aberta, autêntica, solidária e humilde abre as esferas do diálogo, determinando a melhor alternativa para resolver grandes negociações pessoais e sociais.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Marcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. **Mídia e Produção Audiovisual: uma introdução**. Curitiba: Ibepex, 2008.
- ALVES, Rubem. **O Suspiro dos oprimidos**. Religião e Linguagem (MEC). São Paulo: Paulus, 1987.
- AMPUJA, Marko. **A Critique of the Mediatization of Social Theory**. Brill, Boston & Leiden. 2012.
- ARAÚJO, Luiz Bernardo Leite; MARTINEZ, Marcela Borges; PEREIRA, Taís Silva (Orgs.). **Esfera pública e secularismo: ensaios de filosofia política**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BARRERA RIVERA, Paulo. **Tradição, transmissão e emoção: sociologia do protestantismo contemporâneo na América Latina**. São Paulo: Olho d'Água, 2001.
- BECHARA, Evanildo. **Moderna Gramática Portuguesa – 37. Ed.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BERGER, Peter. **A dessecularização do mundo: uma visão global**. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 21 (1): 9-24, 2000. Disponível em: <http://www.iser.org.br/religioesociedade/pdf/berger21.1_2000.pdf>. Acesso em: 15 Ago. 2014.
- BIALLOWONS, Simon. **Francisco, o Papa do Povo: fé, bondade, família, humildade e o futuro da Igreja Católica**. (Tradução de Karina Jannini). 1ª ed. São Paulo: Pensamento, 2013.
- BLOCH, Marc. **Apologia da História ou o ofício de historiador**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 1995.
- CASANOVA, José. **Dimensiones públicas de la religión en las modernas sociedades occidentales**. Iglesia Viva: 1995.
- _____. **Religion, the new millennium, and globalization**. *Sociology of Religion*, 62 (4): 2001.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Volume I, 14ª ed. São Paulo: Paz e Terra. 1999.
- CASTRO, Márcio S. **Introdução aos Estudos Linguísticos e Semióticos: O texto nas produções escritas, visuais e audiovisuais**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- CLEMENT, Olivier. **Fontes**. Os místicos cristãos dos primeiros séculos. Juiz de Fora: Subiaco, 2003.

DE FIORES, Stefano. **La Consacrazione dell'Italia a Maria: teologia, storia, cronaca**. Rd. Paolina, 1983.

DEBRAY, Régis. **Curso de Midiologia Geral**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

DEBRAY, Régis. **Manifestos Midiológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

ECO, Umberto. **Semiótica e Filosofia da Linguagem**. Tradução de Mariarosaria Fabris e José Luíz Fiorin. São Paulo: Ática, 1991.

ENGLISCH, Andreas; Tradução de Gabriela França. **Francisco: o Papa dos humildes**. São Paulo: Universo dos Livros, 2013.

ENGLISCH, Andreas; Tradução de Gisele Andrade e Regina Canova. **O Homem que não queria ser Papa**. 1 ed. São Paulo: Universo dos Livros, 2013.

EVDOKIMOV, Paul. **Teologia da Beleza: a arte do ícone**. Milano: Mondadori, 1990.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Trad. (org.) Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FORTES, Rafael; LAIGNIER, Pablo (Orgs.). **Introdução à História da Comunicação**. 1ª edição. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009.

G1.GLOBO.COM. **Por que milhares de mulheres estão usando redes sociais para abandonar pílula**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/03/por-que-milhares-de-mulheres-estao-usando-redes-sociais-para-abandonar-pilula.html>>. Acesso em: 17 Mai. 2016.

G1.GLOBO.COM. **Fabio de Melo, o padre pop, vira febre com seus vídeos em app de sucesso**. Disponível em <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2016/03/fabio-de-melo-o-padre-pop-vira-febre-com-seus-ideos-em-app-de-sucesso.html>>. Acesso em: 17 Mai. 2016.

GOMBRICH, Ernest H. **A história da arte**. 16.ed. São Paulo: LTC, 1999.

GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa Transmídia: conceituação e origens**. Rosário: Editorial Universidad del Rosario, 2014.

HOCHMAN, Nadav; MANOVICH, Lev. Zooming into an Instagram city: reading the local through social media. **First Monday**, Chicago, v. 18, n. 7, jul. 2013. Disponível em: <http://manovich.net/content/04-projects/084-selfiecity-exploring/selfiecity_chapter.pdf>. Acesso em: 2 Ago. 2017.

INSTAGRAM. Disponível em: <<https://www.instagram.com>>. Acesso em: 20 Dez. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LAVILLE, Christian.; DIONNE, Jean. **A construção do saber**. Belo Horizonte: UFMG, 1999. 340 p.

LE GOFF, Jacques. **São Francisco de Assis**. 11ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34 Ed., 1999.

MAFFESOLI, Michel. **A transformação do político** – a tribalização do mundo. Porto Alegre: Ed. Sulina, 1997.

_____. **Du Nomadisme**: vagabondages initiatiques. Paris: Livres de Poche, 1997

_____. **El reencantamiento del mundo**. In: Sociológica. n. 48, 2002.

_____. **O Tempo das Tribos** - O declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

_____. **A transfiguração do político**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

_____. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **O imaginário é uma realidade**. Entrevista concedida a Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 15, agosto, quadrimestral, 2001.

MAGALHÃES, Izabel. **Introdução: a análise de discurso crítica**. D.E.L.T.A. São Paulo, 2005.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **De los Medios as las mediacones**: comunicacion, cultura y hegemonia. Bogotá: Convénio Andres Bello. 1998.

MITCHELL, Willian John Thomas. **What do pictures want?** The lives and loves of images. Chicago: University of Chicago Press. 2005.

PAULO II, João. **Catecismo da Igreja Católica**: Edição Típica Vaticana. São Paulo: Loyola, 2000.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Trad. J. Teixeira Coelho. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PIERUCCI, Antônio. **Milênio para iniciantes**: um guia para entender o futuro. Folha de São Paulo, São Paulo, 31 dez. 2000.

PIRES, Gabrielli Tiburi Soares. **Fotografia através de dispositivos móveis: estudo de caso sobre o Instagram**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2012.

RAMALHO, Viviane e RESENDE, Viviane de Melo. **Análise do discurso (para a) crítica**: o texto como material de pesquisa. São Paulo: Pontes Editores, 2011.

REBOUL, Oliver. **Introdução à retórica**. Tradução Ivone Castilho Beneditti. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 352 p., 2010.

ROJO, Roxane. **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Multiletramentos na Escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos**. 2 ed. São Paulo, SP: Guazelli, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de Lingüística Geral** (tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein). São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1969.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo: Paulinas, 2017.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

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

_____. **Entrevista Exclusiva do Papa Francisco ao Pe. Antonio Spadaro, SJ**. Edições Loyola, São Paulo: 2013.

_____. **O Mistério da Igreja na era das mídias digitais**. Cadernos Teologia Pública, Ano IX, n. 73. São Leopoldo: IHU – Unisinos, 2012.

STARSE.INFO MONEY. **Papa Francisco: internet, redes sociais e mensagens de texto são “dádivas de Deus”**. Disponível em: <http://startse.infomoney.com.br/porta/2016/01/22/16285/papa-francisco-internet-redes-sociais-e-mensagens-de-texto-sao-dadivas-de-deus/>. Acesso em: 16 Mai. 2017.

TAYLOR, Charles. **O que significa secularismo?** In: ARAÚJO, L. B. L.; MARTINEZ,

TAYLOR, Charles. **Uma era secular**. São Leopoldo: UNISINOS, 2010.

TIETZMANN, Roberto; ROSSINI, Miriam. **O registro da experiência no audiovisual de acontecimento contemporâneo**. XXII Encontro Anual da Compós. Universidade Federal da Bahia, 2013.

TILLICH, Paul. **Filosofia de la Religión**. Buenos Aires: La Aurora, 1973.

_____. **Teologia da Cultura**. São Paulo: Fonte Editorial, 2009.

TORNIELLI, Andrea. **Francisco**. A Vida e as Ideias do Papa Latino-americano. (Tradução de Regina Cony e Maria Nilva Pereira). 1ª ed. São Paulo: Planeta, 2013.

VALENTE, André. **A linguagem nossa de cada dia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

VILICIC, Filipe. **O clique de 1 bilhão de dólares: a incrível história do brasileiro Mike Krieger, fundador do Instagram**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 - Postagens sobre a Categoria Espiritualidade

franciscus • Seguindo
San Bartolomeo all'Isola

franciscus EN: O Lord, pour out your mercy upon humanity; renew your Church, protect persecuted Christians, grant peace to the whole world, soon.
PT: O Senhor, efunde a sua misericórdia sobre a humanidade; renove a sua Igreja, proteja os cristãos perseguidos, conceda em breve a paz ao mundo inteiro
ES: Oh Señor, infunde tu misericordia sobre la humanidad; renueva tu Iglesia, protege a los cristianos perseguidos, concede pronto la paz al mundo entero.
IT: O Signore, effondi la tua misericordia sull'umanità; rinnova la tua Chiesa, proteggi i cristiani perseguitati, concedi presto la pace al mondo intero.

Carregar mais comentários

adriboemia
dsouzalgory Amen

153.872 curtidas

23 DE ABRIL

franciscus • Seguindo
Piazza San Pietro - Vaticano, Roma, Italia

difficult moments, even in times of defeat: there you will find the Lord. And this is our hope. Let us go forward with this hope! He is close to us and journeys with us always!
PT: Deus caminhará conosco sempre, sempre, mesmo nos momentos mais dolorosos, mesmo nos momentos mais duros, mesmo nos momentos de derrota: ali está o Senhor. E esta é a nossa esperança. Prossigamos com esta esperança! Porque Ele está do nosso lado caminhando conosco, sempre!
ES: Dios caminará con nosotros siempre, también en los momentos más dolorosos y duros, incluso en los momentos de derrota: allí está el Señor. Y esta es nuestra esperanza. ¡Vayamos adelante con esta esperanza! ¡Porque Él está a nuestro lado y camina con nosotros siempre!
IT: Dio camminerà con noi sempre, sempre, anche nei momenti più dolorosi, anche nei

373.960 visualizações

24 DE MAIO

franciscus • Seguir
Città del Vaticano "Sala Nervi"

franciscus PT: Nós somos aqueles que acreditam que Deus é Pai: esta é a luz! Não somos órfãos, temos um Pai, e o nosso Pai é Deus.
ES: Nosotros somos los que creen que Dios es Padre. Y esta es nuestra luz: no somos huérfanos, tenemos un Padre, nuestro Padre Dios.
FR: Nous sommes ceux qui croient que Dieu est Père. Et ceci est la lumière : nous ne sommes pas orphelins, nous avons un Père, Dieu notre Père
DE: Wir sind jene, die glauben, dass Gott Vater ist. Und das ist das Licht: wir sind keine Waisen, wir haben einen Vater: Gott Vater.

#GeneralAudience. #AudiênciaGeral. #AudienciaGeneral. #udienzagenerale


Carregar mais comentários

483.371 visualizações

3 DE AGOSTO

Fonte: Perfil @franciscus no Instagram. Retirado em 10/11/2017

APÊNDICE 2 - Postagens sobre a Categoria Práticas Cristãs




franciscus [Guidonia \(RM\)](#) [Seguir](#)

franciscus * EN: Anyone who is Christian has a duty to bear this witness to the Gospel: to protect life courageously and lovingly in all its phases. * PT: Quem é cristão tem sempre o dever deste testemunho evangélico: salvaguardar a vida com coragem e amor em todas as suas fases. * ES: A quien es cristiano le corresponde siempre este testimonio evangélico: proteger la vida con valor y amor en todas sus fases. * IT: A chi è cristiano compete sempre questa testimonianza evangelica: proteggere la vita con coraggio e amore in tutte le sue fasi. * FR: À qui est chrétien revient toujours le témoignage évangélique suivant: protéger avec courage et amour la vie à toutes ses phases. * DE: Wer Christ ist, hat stets den Auftrag zu diesem evangeliumsgemäßen Zeugnis: das Leben

164.508 curtidas

23 DE JANEIRO




franciscus [St. Peter's Square, Vatican ...](#) [Seguir](#)

franciscus EN: Each life is sacred! Let's carry forward the culture of life in response to the logic of a throw away culture and demographic decline: let's pray together for those children who risk a pregnancy termination as well as for persons who are at the end of life. Each life is sacred! PT: Toda a vida é sagrada! Levemos avante a cultura da vida como resposta à lógica do descarte e à redução demográfica: juntos, rezemos pelas crianças que estão em perigo da interrupção da gravidez, assim como também pelas pessoas que estão quase em fim de vida: toda a vida é sagrada! ES: ¡Toda vida es sagrada! Llevemos adelante la cultura de la vida como respuesta a la lógica del descarte y al descenso demográfico: oremos juntos por los niños que corren el peligro de la

227.928 visualizações

6 DE FEVEREIRO



franciscus [Università Roma Tre](#) [Seguir](#)

franciscus EN: A youthful heart does not tolerate injustice and cannot bow to a "throw-away culture" nor give in to the globalization of indifference. PT: Um coração jovem não suporta a injustiça e não pode ceder à cultura do descarte nem ceder à globalização da indiferença. ES: Un corazón joven no soporta la injusticia y no puede doblegarse a la cultura del descarte, ni ceder a la globalización de la indiferencia. IT: Un cuore giovane non sopporta l'ingiustizia e non può piegarsi alla cultura dello scarto, né cedere alla globalizzazione dell'indifferenza. FR: Un cœur jeune ne supporte pas l'injustice et ne peut se plier à la culture du rebut, ni céder à la globalisation de l'indifférence.

134.308 curtidas

17 DE FEVEREIRO

Fonte: Perfil @franciscus no Instagram. Retirado em 10/11/2017

APÊNDICE 3 - Postagens sobre a Categoria Sofredores



Fonte: Perfil @franciscus no Instagram. Retirado em 12/11/2017

APÊNDICE 4 - Postagens sobre a Categoria Cultura do Encontro

franciscus • Seguir
Centro Regionale Sant'Alessio Margherita ...

franciscus EN: Visit to the residents of the Sant'Alessio - Margherita di Savoia Regional Centre for the blind in Rome.
PT: Visita aos hóspedes do Centro Regionale Sant'Alessio - Margherita di Savoia para pessoas cegas em Roma.
ES: Visita a los huéspedes del Centro Sant'Alessio - Margherita di Savoia para personas ciegas, en Roma.
IT: Visita agli ospiti del Centro Regionale Sant'Alessio - Margherita di Savoia per non vedenti, in Roma. #Tenerenza, #Ternura, #Tenderness

Carregar mais comentários

zudaneka21 Wow

ivonelimasp ♥♥

osaangeles La bendición se da y se recibe! Cuánta ternura, humildad y alegría en el Amor! Sin ninguna contención! Gracias

144.624 curtidas

1 DE ABRIL

franciscus • Seguindo
Quirinale

franciscus Visita al Presidente della Repubblica Italiana, Sergio Mattarella

Visit to the President of the Italian Republic, Sergio Mattarella

Carregar mais comentários

mon4gram Amen♡

zuroliveira □□□□□□□□

rayann123123 Dear Lord, please save my children from being abused and harmed please help Ann and Ray as they are only 10 and 9 years old. They need a peaceful life and need to be educated but Australian Government didnt give them any education and forced them into adult mental ward since 8 March 2017. I pled for all Catholic over the world to pray and pled to save my children Ann and Ray free from being abused by Australian stolen children from

114.288 curtidas

10 DE JUNHO

franciscus • Seguir
Paul VI Audience Hall

franciscus #GeneralAudience, #AudiênciaGeral, #AudienzaGeneral, #udienzagenerale

Carregar mais comentários

alitunc88 @nil_dikt Dm bak

dlwted_afahajan Check out channel!

gary_sib Dang where are yu?

@_sincerelyjas_

honeyverma7548 L jee

zuroliveira Tão Querido Papa Francisco!! Deus Abençoe o Senhor □□□□

@franciscus

fernandinha9224 ele deu um tapa na cara do menino uuuu

projectoerlacunamx □

niza_colombia Hermoso □□

aféhin camardia I am willino to know that

168.415 curtidas

2 DE AGOSTO

Fonte: Perfil @franciscus no Instagram. Retirado em 12/11/2017

