

**O desenvolvimento da comunicação da Igreja Católica:
uma análise sobre as interações no Instagram do Papa Francisco**

*The development of communication of the Catholic Church:
An analysis of interactions in the Instagram of Pope Francis*

Leticia MOREIRA¹

Resumo

A Igreja Católica, no decorrer dos anos, apresentou diferentes posicionamento acerca dos meios de comunicação, desde a censura até a adesão às redes sociais digitais. Tendo em vista esses desdobramentos comunicativos, esta pesquisa busca identificar como a Igreja Católica modificou sua interação com os fiéis, ao longo dos anos. Para isso, é utilizada a netnografia (KOZINETTS, 2014) como inspiração metodológica, com foco nos comentários de duas publicações do Instagram do Papa Francisco, no mês de março de 2018. Como resultado, identifiquei que há uma interação aproximativa da Igreja com a comunidade, em virtude da presença de Francisco no Instagram, porém sua quantidade de seguidores não significa, por unanimidade, que seja composta por pessoas que o admiram, logo sua popularidade não pode ser justificada com números.

Palavras-chave: Igreja Católica. Comunicação. Interação. Instagram. Papa Francisco.

Abstract

Over the years, the Catholic Church has presented different positions on the media, from censorship to joining digital social networks. In view of these communicative developments, this research seeks to identify how the Catholic Church has modified its interaction with the faithful over the years. For this, netnography (KOZINETTS, 2014) is used as a methodological inspiration, focusing on the comments of two publications of the Instagram of Pope Francisco, in March 2018. Thus, I have identified that there is an approximate interaction of the Church with the community, due to the presence of Francis on the Instagram, but his number of followers does not unanimously mean that it is composed of people who admire him, so his popularity can not be justified with numbers.

Keywords: Catholic Church. Communication. Interaction. Instagram. Pope Francisco.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: leticiacsmoreira@live.com

Introdução

Este trabalho busca identificar como a Igreja Católica modificou sua interação com os fiéis, ao longo dos anos. Para isso, abordo um breve panorama histórico desse desenvolvimento comunicativo entre a instituição religiosa e sua comunidade, até o advento das redes sociais. Dessa maneira, proponho-me a desvendar de que forma as conjunturas moderna e contemporânea influenciaram na mudança da comunicação da Igreja Católica com os fiéis; como ocorre a interação entre o Papa Francisco e os seus seguidores, no Instagram; e de que maneira ocorre a interação nos comentários, tomando como base uma publicação de apelo político e social e uma de cunho religioso.

Vale salientar que o *corpus* deste trabalho está calcado na conta oficial do Instagram do Papa Francisco, partindo da análise das duas postagens com os maiores números de visualizações, no mês de março de 2018, sendo uma de tema civil e outra de apelo religioso. Dito isso, esclareço que este artigo é escrito em primeira pessoa, pois se trata de um estudo de inspiração netnográfica (KOZINETTS, 2014), cuja técnica permite a explicitação do olhar do pesquisador e essa postura enriquece a análise.

Apesar de explicitar, de forma concisa, a relação da Igreja com a comunicação, desde a Inquisição, o meu foco é desvendar as formas atuais de interação da Igreja Católica com os seus fiéis. Identifiquei, portanto, que as redes sociais do Papa Francisco são um marco na comunicação contemporânea da instituição religiosa e essa presença no ambiente digital está ganhando dimensões que ultrapassam o público católico, devido ao fato dos *posts* retratarem tanto assuntos religiosos quanto laicos. Todavia, o Papa que iniciou esse caminho na rede foi Bento XVI, quando criou a conta *@Pontifex* no Twitter, em 12 de dezembro de 2012 (GALILEU, 2012, s/p).

Embora Bento XVI tenha sido pioneiro no ambiente digital dentre os Papas, Francisco tem conquistado maior popularidade. Gustavo Entrala – responsável pela conta do Papa no Twitter –, conta que Francisco não tinha muita familiaridade com o ambiente digital e que o explicou sobre o consumo sintético de mídia na contemporaneidade e a necessidade da Igreja acompanhar essa realidade (CATALUNYA CRISTIANA, 2013). A partir disso, Francisco passou a utilizar a

mesma página da Bento XVI no Twitter e, em 19 de março de 2016, aderiu ao Instagram – @franciscus (G1, 2016, s/p).

Em vista disso, escolhi o Instagram para este artigo por ser a rede social usada exclusivamente por Francisco e não ter pertencido a outro Papa. Além disso, historicamente, a Igreja Católica possui um caráter imagético expressivo e o Instagram tem como principal objetivo o compartilhamento de imagens (fotos e vídeos). Como diz Sontag (2006, p.215), “siempre se ha interpretado la realidad através de las relaciones que ofrecen las imágenes [...]”².

A escolha do mês de março de 2018 foi devido à preparação de uma das maiores festividades do catolicismo – a Páscoa. Isso me trouxe a inquietação de verificar se em um mês que abarca um evento de grande porte da Igreja Católica, as publicações seriam apenas de cunho religioso. Sendo assim, a minha hipótese é que a instituição religiosa precisou se adaptar às conjunturas, ao longo da história, caso contrário perderia ainda mais fiéis e não conseguiria prosseguir com a veiculação de suas mensagens; a interação do Papa não ocorre através de diálogos nos comentários, mas é mediada pela rede social em questão e, perante as repercussões dos conteúdos, são elaboradas postagens de assuntos mais bem quistos. Ademais, acredito também que o teor dos comentários seja distinto em publicações religiosas e laicas.

Presenciar uma instituição religiosa tradicional, que em outrora censurava a mídia e hoje adere ao ambiente digital, é algo relevante para a história da comunicação. Além disso, ver um Papa envolvido não só com assuntos cristãos, mas também com questões civis, demonstra um novo olhar da Igreja para o mundo e não apenas com a comunidade católica. Essas reflexões e o desenvolvimento delas nesta pesquisa, ratificam a capacidade de unir ciência e religião em um só estudo, dentro do âmbito acadêmico.

Um contexto de crises

A Igreja Católica vem, desde o século XX, desenhando sua participação nos meios de comunicação de massa, todavia nem sempre foi assim. Diversos fatores

² A realidade sempre foi interpretada por meio das informações fornecidas pelas imagens [...] [tradução livre].

contribuíram para essa mudança de postura da Igreja perante a mídia. A necessidade de veicular as mensagens cristãs; a exaltação da racionalidade e da ciência, na modernidade; a crise cultural e religiosa; a concorrência entre as religiões; e a efervescência das redes sociais, na contemporaneidade, são as principais causas do progresso da relação Igreja-Comunicação, no decorrer dos anos.

Segundo Puntel (2003), ao longo do tempo, a relação Igreja e mídia passou por cinco fases. A primeira refere-se à época da Inquisição, cujo comportamento da Igreja era repressor e orientado para o exercício da censura. Na segunda, havia certa insegurança quanto aos meios de comunicação, instaurando assim, o controle da Igreja sobre a imprensa, o cinema e o rádio; contudo, a instituição passou a fazer uso desses meios para disseminar suas mensagens. A terceira refere-se ao momento em que a Igreja começou a se ajustar à velocidade da sociedade e às tecnologias, na era contemporânea. A quarta fase está relacionada às mudanças ocorridas na América Latina, quando a Igreja busca estimular experiências de comunicação oriundas do povo e a incentivar a criação de meios populares de comunicação, na época do regime militar. Por fim, o marco da quinta fase é o reconhecimento da Igreja quanto ao papel da comunicação, a qual não está limitada aos meios e aos instrumentos, mas promove um ambiente, no qual todos estão inseridos e do qual participam, isto é, a instituição admite a cultura midiática.

Durante todo esse tempo, outras alterações conjunturais aconteceram e favoreceram um novo posicionamento da Igreja Católica acerca das suas formas de interação com os fiéis e dos meios de comunicação. De acordo com Hervieu-Léger (2008), as razões que levam uma sociedade a enfraquecer na esfera religiosa são as características da modernidade, a qual é marcada pela capacidade de o homem ser “dono” da sua própria vida; pela racionalidade como orientadora dos atos humanos; e pela dissociação entre o político e o religioso, o econômico e o doméstico. Ademais, a autora afirma que a era moderna é o pano de fundo de sociedades “laicizadas”, na qual “[...] a tradição religiosa não constitui mais um código de sentido que se impõe a todos” (HERVIEU-LÉGER, 2008, p.34). A modernidade inicia uma nova lógica social, econômica, política e sagrada, e vem, desde então, tornando os homens refutadores da tradição religiosa.

Para Carranza (2011, p.25), “o cristianismo como matriz social da cultura ocidental entra em crise no momento que não mais modela os comportamentos e as consciências dos indivíduos, isto é, na hora em que outras referências, religiosas ou não, passam a ocupar seu lugar”. Essas outras direções de pensamento que vêm emergindo que, em outrora, pertencia ao cristianismo, podem ser outras crenças e/ou aspectos relacionados à racionalidade e à ciência. A Igreja se depara com mais um desafio de persuasão.

É nesse momento que a Igreja Católica procura novas maneiras para retomar sua posição social, uma delas é a utilização dos meios de comunicação no ambiente digital. Em vista disso, a instituição opta por usar a figura do Papa nas redes sociais, uma vez que parece mais aproximativo da comunidade católica e dos potenciais fiéis, do que se fosse criado uma página institucional. Quanto a esse novo posicionamento da Igreja, Carranza (2011) acredita que:

Nas coordenadas de tempo e espaço social da modernidade é que se insere a presente discussão sobre o grande esforço de recristianização e reinstitucionalização desencadeado pela Igreja católica nos tempos de instantaneidade digital, que aproxima e distancia realidades e imaginários na comunicação midiática; época de profusão de construção de sentidos existenciais, dentro ou fora de parâmetros religiosos; era em que os ritmos de vida pautam-se pela exacerbação do consumo de bens, simbólicos e materiais, [...] tempos complexos em que a religião é mais um item, e não o item, da vida social (p.26).

Noto que essa crise religiosa está conectada à crise cultural que aflorou na sociedade moderna. Conforme Hervieu-Léger (2008, p.34) pontua, a mudança de paradigma “[...] não é o fato de os homens ora se aterem ora abandonarem a religião, mas é o fato de que a pretensão que a religião tem de reger a sociedade inteira e governar toda a vida de cada indivíduo foi-se tornando ilegítimo, mesmo aos olhos dos crentes mais convictos e mais fiéis”. Despontam-se uma nova percepção coletiva, que vem sendo reestruturada no âmbito cultural. Assim, Hervieu-Léger (2008, p. 37) destaca essa crise cultural na modernidade, quando diz que a secularização das sociedades modernas combina a diminuição da interferência “[...] dos grandes sistemas religiosos sobre uma sociedade que reivindica sua plena capacidade de orientar ela mesma seu destino, e a recomposição, sob uma forma nova, das representações religiosas que permitiram a esta sociedade pensar a si mesma como autônoma”.

Além disso, durante o século XX, a exaltação da história e do progresso se esvaiu, em virtude dos abalos provocados pelas guerras, pelas calamidades econômicas e pelos regimes totalitários. Desse modo, a modernidade se reapropriou de um sonho de um mundo de abundância e paz, que outrora era concedido pelas ideias utópicas religiosas. Concomitantemente a isso, os conhecimentos e as técnicas estavam se desenvolvendo em ritmo acelerado. Sendo assim, espaços para novas formas de religiosidade foram abertos, bem como para as novas representações do “sagrado”. Ao mesmo tempo que a modernidade despertou o desejo da sociedade conquistar sua independência dos sistemas religiosos, ela também colaborou para o despontar de novas crenças.

Atualmente, na contemporaneidade, o fortalecimento da racionalidade e da ciência – oriundas da modernidade –, possibilita a explicitação do agnosticismo e do ateísmo, bem como um espaço maior às crenças que antes eram impedidas de se manifestarem. Isso dificulta o poder de persuasão das religiões mais tradicionais. Destarte, a Igreja Católica se deparou com o desafio de se aproximar da sua comunidade e, diante do contexto tecnológico, assumiu a importância de aderir a outras formas de comunicação e interação. A Igreja, que antes pretendia ser o centro da vida das pessoas, sabe que, hoje, não é mais possível almejar essa posição. Agora, ela busca estar cada vez mais próxima dos seus fiéis, através dos meios de difusão, em especial, os que fazem parte do ambiente digital.

A Igreja Católica, ao longo dos anos, vem se deparando com diversas barreiras que cooperam para o enfraquecimento da religião. Nesse sentido, o professor Fernando Ilharco fala, nas Jornadas Nacionais de Comunicação Social de 2016, que o grande desafio da Igreja é captar a atenção em um ambiente de estimulação constante (AGÊNCIA ECCLESIA, 2016). Realmente, a sociedade contemporânea é o cenário que abarca constantes estimulações; efemeridade; infixidez de hábitos, gostos, comportamentos e opiniões. São tempos de aderir à novas formas de interação, a fim de não perder mais fiéis e membros, e tentar se reaproximar daqueles que estão afastados do catolicismo.

Em vista do que foi exposto nesta subseção, verifico que tanto a sociedade quanto os homens vêm sendo reinventados, ao longo do tempo, em virtude das alterações culturais, tecnológicas, mercadológicas, políticas e econômicas. Essas

transmutações interferem nas formas e nos meios de comunicação, bem como na interação entre os sujeitos. As distintas conjunturas pelas quais a Igreja Católica vem passando exigem novas posturas, com o intuito de manter sua credibilidade perante à comunidade. Na modernidade, a instituição religiosa assistiu a crise da religiosidade, reflexo do entusiasmo com a ciência e com a exaltação da racionalidade. Assim, a Igreja assumiu a necessidade de apoiar e fazer uso dos meios de comunicação, ainda que a passos largos, pois a sua autoridade estava se esvaindo. Essa caminhada implicou à adesão ao ambiente digital, em especial às redes sociais.

As novas interações da Igreja Católica com os fiéis

Nessa profusão de mudanças conjunturais, como visto anteriormente, estão as modificações em âmbito cultural, que favoreceram para a nova roupagem da Igreja Católica no que tange à interação com os seus fiéis. Na esfera da cultura está a convergência das mídias, a qual ultrapassa as questões tecnológicas ligadas à comunicação. Além das mídias digitais e dos dispositivos móveis, o sujeito que participa do processo comunicacional e interativo também é parte importante do surgimento desse novo contexto.

Conforme define Jenkins (2009, p.32-33), o “paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas”. Dito de outro modo, as novas mídias não encerram a atuação das antigas, pelo contrário, unem-se a elas. Todavia, o autor não constrói seu pensamento somente a partir das potencialidades dos dispositivos e das mídias, ele acredita que “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (JENKINS, 2009, p.29). Portanto, ressalta que “a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2009, p.30). Embora Henry Jenkins seja um entusiasta do fenômeno da convergência, suas ideias são pertinentes para pensar tanto o contexto contemporâneo quanto os tipos de interação que ocorrem no ambiente digital.

É sabido que a convergência está bastante evidente na contemporaneidade. Com apenas um aparelho celular nas mãos, é possível não só realizar e receber ligações, mas

também fotografar, gravar vídeos, utilizar aplicativos de mensagens instantâneas, acessar a internet, dentre uma infinidade de outras capacidades. A internet possibilita, dentre suas inúmeras funções, o acesso às redes sociais, as quais promovem a mediação das interações sociais de forma instantânea. Dessa maneira, é válido discorrer acerca dos tipos de interação e como são utilizados pela Igreja Católica.

Thompson (1998) define três tipos de interação: face a face, quase mediada e mediada. A primeira “acontece num contexto de *co-presença*; os participantes estão imediatamente presentes e partilham um mesmo sistema referencial de espaço e de tempo” (ibid., 1998, p. 78, grifo do autor). A segunda se refere às “[...] relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.). [...] o fluxo da comunicação é predominantemente de sentido único” (THOMPSON, 1998, p.79). Já na terceira, “os participantes não compartilham o mesmo referencial de espaço e de tempo e não podem presumir que os outros entenderão expressões denotativas” (THOMPSON, 1998, p.79).

Essa dificuldade na compreensão se refere às deixas simbólicas, isto é, a linguagem não-verbal como, por exemplo, entonação, gestos, piscadelas. O entendimento delas são possíveis na interação face a face, já que as partes envolvidas no processo comunicativo estão no mesmo tempo e no mesmo espaço. A fim de se aproximar dessas deixas simbólicas, as redes sociais – embaladas pelas interações mediadas – disponibilizam alguns recursos que se assemelham à linguagem não-verbal no “ao vivo”. Esses artifícios são não somente os *emojis*³, como também o compartilhamento de fotos e vídeos, e o botão “curtir”. Sendo assim, podemos verificar que as concepções de Recuero (2014) dialogam com as de Thompson (1998), quando ela fala das funções conversacionais (curtir, comentar e compartilhar) presentes nas redes sociais.

Para Recuero (2014, p. 119) o botão “curtir” “parece ser percebido como uma forma de tomar parte na conversação sem precisar elaborar uma resposta”. Por outro lado, a possibilidade de compartilhamento parece ter como principal função “[...] dar visibilidade para a conversação ou da mensagem, ampliando o alcance dela” (RECUERO, 2014, p. 120). Já os “comentários” são ações que não só sinalizam a

³ “Emoji é [...] considerado um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmitem a ideia de uma palavra ou frase completa.”. Disponível em: < <https://www.significados.com.br/emoji/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

participação, mas também trazem uma significativa contribuição para a conversação (RECUERO, 2014).

Em vista disso, é pertinente pontuar que o “curtir” se enquadra nos recursos que buscam aproximação com as deixas simbólicas, devido aos ícones que estão atrelados a ele. No Instagram, o botão “curtir” é um coração, ícone que se refere à uma reação positiva e que imita um gesto feito com as mãos, na interação face a face. Ratifica-se, portanto, a relevância do número de curtidas, quando analisamos as repercussões de publicações em redes sociais.

Ainda sobre as interações sociais, destaco também os conceitos de Alex Primo, o qual distingue a interação mútua da interação reativa. Primo (2000, p. 88) define o primeiro tipo de interação como um “fluxo dinâmico e em desenvolvimento” e por uma relação concebida através de negociação. Já o segundo, o autor diz que “se apresenta de forma linear e predeterminada [...]. É linear pois a mensagem é emitida pelo interagente pró-ativo e recebida pelo interagente reativo (que pode apenas reagir por feedback)” (PRIMO, 2000, p. 88). Essas explanações, juntamente com as proposições de Thompson (1998), me permitem identificar que, no Instagram do Papa Francisco, a comunicação é calcada na interação mediada (THOMPSON, 1998), assim como é de caráter mútuo e reativo (PRIMO, 2000).

Por se tratar de uma comunicação *online*, na qual o administrador da página do Papa Francisco e os seguidores não compartilham o mesmo tempo e espaço, tem-se a interação mediada. Por outro lado, a interação mútua ocorre quando os administradores da página identificam quais assuntos reverberam mais e desenvolvem publicações sobre assuntos mais bem quistos pelos seguidores. Já a interação reativa acontece quando os conteúdos são elaborados com o objetivo de conseguir um alto número de curtidas, comentários positivos e/ou compartilhamentos. Vejo, portanto, que o a interação não se restringe ao diálogo, mas ocorre também pelas formas de expressões, de utilização de ícones, de negociação do que se deseja receber como conteúdo e/ou de desenvolvimento de temáticas que pressupõem certos *feedbacks*.

A comunicação contemporânea da Igreja Católica: o Instagram do Papa Francisco

Diante do breve panorama histórico da relação Igreja-Comunicação e seus desdobramentos, a instituição religiosa se deparou com a contemporaneidade, era embalada pela efemeridade, pelo cotidiano acelerado, pelos hiperestímulos, pelas tecnologias digitais, dentre outras novidades. Para comunicar a “Boa Nova”⁴, a Igreja Católica, desde a efervescência dos meios de massa, não viu outra saída a não ser utilizar as mídias a seu favor. Esse posicionamento não podia e não está sendo diferente com as redes sociais. João Paulo II é lembrado, dentre outros marcos, pela sua receptividade aos meios de comunicação de massa; Bento XVI “abriu as portas” para o ambiente digital, embora com baixa popularidade; Francisco não só ampliou a presença da Igreja na rede como também vem ganhando destaque nela.

Perante esse cenário, é pertinente estudar como ocorre a interação entre Francisco e seus seguidores, no Instagram. Para isso, realizo uma pesquisa de inspiração netnográfica, a partir das publicações dessa página de março de 2018, com foco nos comentários. Destaco duas principais postagens: as com maiores números de curtidas/visualizações dentre as de abordam temas religiosos e dentre as que tratam de questões políticas e sociais. Dessa forma, comparo os tipos de comentários, se há diferenças significativas quanto à temática dos *posts* e as interações que ocorrem.

De acordo com Kozinets (2014, p.61-62, grifo nosso), a netnografia é uma “pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo *online*. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal”. Embora o autor cite apenas as interações por computador, é possível aplicar essa metodologia ao Instagram, cujo uso acontece, na maioria das vezes, através de dispositivos móveis⁵.

O mês de março de 2018 abarcou a preparação de uma das maiores festividades da Igreja Católica – a Páscoa. Apesar disso, a página do Instagram de Papa Francisco

⁴ Como a Igreja Católica se refere à palavra de Deus, aos ensinamentos cristãos.

⁵ Podemos afirmar isso devido ao fato do acesso ao Instagram pelo computador possuir limitações de recursos, por exemplo, não se consegue publicar na *timeline* nem no *stories*.

não deixou de abordar assuntos de cunho político e social em suas publicações, porém foram apenas duas exclusivamente nesse sentido e uma que mesclava o político, o social e o religioso, as demais foram com fins cristãos. Posso dizer que os temas laicos parecem ser capazes de alcançar também o público não-católico, pois se referem a questões de interesse global, independentemente de religião. No entanto, a postagem com maior número de visualizações (é um vídeo) trata de um evento marcante da solenidade religiosa. Com 654.630 visualizações está o *post* do dia 29 de março⁶, uma filmagem da missa do Lava Pés⁷ realizada pelo Papa Francisco.

Entre os dois *posts* que possuem uma abordagem somente política e social, no mês em questão, o que apresenta o maior número de visualizações, dentro dessa abordagem, é o do dia 3 de março. Essa publicação, que recebeu 473.738 visualizações⁸, exibe um registro audiovisual da visita que Francisco realizou à Casa de Leda – instituição que abriga mulheres detentas com filhos pequenos. Além de ser a mais popularizada dentre as de apelo político e social, também é a quarta postagem mais vista do mês.

Notei que mesmo conteúdos civis terem a potencialidade de alcançar mais seguidores, uma vez que é de interesse mundial, incluindo católicos e não-católicos, a outra publicação que aborda esse tipo de questão está na 10ª posição, no mês, quanto ao número de curtidas/visualizações, dentre 15 postagens. Vale ressaltar que esse *post* é do dia 8 de março e faz uma homenagem ao Dia Internacional da Mulher, agradecendo pelas contribuições sociais do gênero feminino e apresentando uma sequência de 10 fotos de mulheres de diferentes culturas, idades e ocupações. Isso nos mostra que apesar da popularidade e da empatia do Papa nas redes sociais, pelo menos no Instagram, ele ainda precisa conquistar mais o público não-católico e, talvez, conscientizar mais a comunidade religiosa quanto a importância desses temas laicos.

Por essas razões, os comentários analisados em profundidade são das publicações dos dias 3 e 29 de março de 2018, considerando os idiomas português e

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bg6_ZGnjp73/?hl=pt-br&taken-by=franciscus>. Acesso em: 8 out. 2018.

⁷ Celebração em que “[...]os Católicos relembram a Santa Ceia, onde Jesus lavou os pés dos 12 discípulos, em sinal de humildade”. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/lado-b/comportamento/missa-de-lava-pes-celebra-humildade-com-fieis-relembrando-gesto-de-jesus>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bf3inbcDZro/?hl=pt-br&taken-by=franciscus>>. Acesso em: 9 out. 2018.

espanhol. Selecionei essas línguas pelo fato de uma ser a falada no país no qual esta pesquisa ocorre e a outra ser a materna do Papa Francisco. Dessa forma, confronto a natureza dos comentários de ambos os *posts* – como pode ser visto na tabela 1 abaixo. Verifico que tanto “amém” quanto “*amén*”⁹ e suas derivações – exemplo, “Amém, Papa Francisco” – aparecem menos vezes na postagem de cunho político e social. Isso me faz pensar que os comentários desse tipo são feitos por seguidores cristãos, o que não significa dizer que outras espécies de comentários sejam apenas de não-cristãos. Identifico também que na publicação de apelo religioso, mais pessoas comentam marcando outras, o que pode ser uma tentativa de disseminar as mensagens do Papa. Ademais, a quantidade de comentários negativos que identificamos foi pequena, 3 no *post* com abordagem política e social e 2 na postagem de assunto religioso. Entretanto, não posso ser ingênua quanto a esse número, pois sei que os comentários “nocivos” podem ser apagados.

Tabela 1 – Comparação dos comentários

Análise dos comentários						
Tipo de <i>post</i>	"Amém" e derivações	" <i>Amén</i> " e derivações	Marcando pessoas	Outros	Hashtags	Negativos
Político e social	38	21	19	378	2	3
Religioso	154	63	69	308	0	2

Fonte: Instagram @franciscus, 2018¹⁰

Quanto aos comentários que contém apenas *hashtags*, encontrei somente na publicação de tema laico, são elas: #ayudavenezuelamueredehambre¹¹ e #sigueme¹². Ambas destoam do conteúdo da postagem, uma vez que a primeira solicita ajuda à Venezuela e a segunda é uma página nomeada como “*Divina Misericordia*”¹³ pedindo para que Francisco a siga. Dois apontamentos são possíveis nessa análise, um referente à interação mútua e reativa, e outro a quem o Papa Francisco segue no Instagram.

⁹ Amém [tradução livre].

¹⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bf3inbcDZro/?hl=pt-br&taken-by=franciscus>>; <https://www.instagram.com/p/Bg6_ZGnjp73/?hl=pt-br&taken-by=franciscus> . Acesso em: 8 out. 2018 e 10 out. 2018

¹¹ #ajudavenezuelamorredofome [tradução livre].

¹² #sigame [tradução livre].

¹³ Divina Misericórdia [tradução livre].

Partindo do princípio que Francisco não responde a nenhum comentário, afirmo que a interação mútua não provém do diálogo. Desse modo, observo que a *hashtag* #ayudavenezuelamueredehambre é um exemplo de interação mútua, a partir do momento que é identificado o desejo de ver o Papa agindo em prol da Venezuela; e é reativa, pois 11 dias depois, foi publicada uma fotografia de Francisco com crianças refugiadas, que conseguiu abarcar tanto uma questão política e social, quanto um ensinamento cristão. Esse *post* do dia 14 de março tem como legenda o seguinte texto: “É preciso adotar toda medida possível para garantir proteção e segurança às crianças refugiadas. ‘Quem recebe uma destas crianças em meu nome, está recebendo a mim’, diz Jesus (Mt 18,5)”¹⁴. Esse fato mostra que, apesar de não haver diálogo entre a página do Papa e os seguidores, há uma negociação (interação mútua) do tipo de conteúdo que o público espera receber e que ao postar uma mensagem de Francisco que aborde o tema solicitado, pressupõe-se que será bem quisto, ou seja, já se espera determinado *feedback* (interação reativa).

Quanto à *hashtag* #sigueme, noto um pedido para que a página de Francisco seja recíproca em seguir, no entanto @franciscus não segue ninguém. Provavelmente, quem fez essa solicitação não constatou esse fato, logo seu desejo não foi atendido. Além disso, o administrador da página *Divina Misericordia* não demonstra interesse pelo conteúdo, mesmo sendo um canal de mensagens religiosas. Isso me faz imaginar que seguir Francisco pode nem sempre ser por admiração, mas também ou somente para ganhar popularidade, pressupondo que será seguido de volta.

Embora sejam poucos os detectados, devo apresentar os comentários negativos em ambas as publicações. No *post* do dia 3 de março, encontrei: “Por que não visita a Venezuela do amigo dele maduro e vai beijar as crianças que estão morrendo desnutridas”; outro que também questionava, de forma afrontosa, a ausência de visita do Papa à Venezuela; e uma que ofende a Casa de Leda, “Que orgias se debe montar ahi”¹⁵. Já na postagem de 29 de março, verifiquei: a primeira aborda um palavreado chulo¹⁶ e o segundo é “por que no vas a africa y haces lo mismo? Porque no regalas el

¹⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BgUXooODRt8/?hl=pt-br&taken-by=franciscus>>. Acesso em: 12 out. 2018.

¹⁵ Quais orgias devem ser montadas lá [tradução livre].

10% del patrimonio de la iglesia y ayudas a aliviar vidas de verdad!”¹⁷. Isso mostra que nem todos os seguidores do Papa Francisco, no Instagram, possuem empatia por ele, já que 3 de 5 autores de comentários pejorativos o seguem. A partir disso, posso dizer que a quantidade de seguidores do Papa não deve ser diagnosticada como reflexo e/ou causa de popularidade e de autoridade unanimemente.

Sigo então, para os comentários positivos quantificados no campo “outros” da tabela 1. Na publicação do dia 29 de março, que divulgou a missa do Lava Pés, presidida pelo Papa Francisco, identifiquei comentários de diversas naturezas. Muitos demonstram admiração pelo ato de humildade do Papa em lavar os pés de pessoas comuns, uma parte considerável também comenta exaltando Francisco como exemplo de pessoa, de humildade, de caridade e/ou de bondade. Outros comentários afirmam que aquela ação do Papa era de quem segue, realmente, Jesus; alguns chegam a dizer que Francisco é um santo. Em muitos comentários, há solicitações para que Deus abençoe o Papa e uma quantidade considerável afirma que ama o líder religioso. Notei que muitos seguidores transparecem acreditar que estão falando diretamente com Francisco como, por exemplo, quando pedem a bênção ao Papa, desejam Feliz Páscoa a ele, pedem orações pelo país e/ou pela família. Nesse momento, verifiquei que nem todos compreendem que a página de uma pessoa famosa pode ser administrada por uma equipe de comunicação e não pelo “dono” do perfil. Assim, noto que a Igreja está conseguindo passar a sensação de proximidade para determinadas pessoas que seguem o Papa Francisco.

Em alguns comentários, identifiquei mensagens dizendo que Francisco “é demais”, é “enviado por Deus”, é uma “Santidade em vida”, “[...] é Iluminado... diferenciado”, “[...] é o melhor líder”. Elogios desse tipo são vários e dois deles me chamaram a atenção pela divindade que o Papa representa para certas pessoas que o seguem: “Esse papa nem é gente, é anjo” e “Este homem realmente representa Deus”. Para alguns, o Papa transcende a posição de homem líder religioso, ele passa a ser visto como alguém com poderes divinos.

¹⁶ “O Papa dava um pau em mim”. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bg6_ZGnpj73/?hl=pt-br&taken-by=franciscus>. Acesso em: 8 out. 2018.

¹⁷ Por que você não vai à África e faz o mesmo? Por que você não doa 10% do patrimônio da igreja e ajuda a aliviar vidas reais? @franciscus [tradução livre].

Por outro lado, encontrei comentários que destoam do assunto da publicação. Vi, algumas vezes, pessoas comentando apenas com passagens bíblicas, o que parece ser uma forma de tentativa de evangelização, através do ambiente digital. Outros comentários são pequenas orações em prol do Papa, ou seja, não se referem de forma direta ao tema do *post*. Algo que também me despertou interesse foi uma seguidora divulgando onde aquela missa estava sendo transmitida – na Canção Nova –, o que me permite afirmar que o Instagram do Papa Francisco também é utilizado como segunda tela¹⁸. Por fim, detectei duas pessoas que demonstram a vontade de participar daquela solenidade e de conhecer o Papa pessoalmente. Esse tipo de comentário parece colocar Francisco como uma celebridade.

Na publicação do dia 3 de março, referente à visita do Papa à Casa de Leda, observei muitos pedidos do Papa de oração, seja pela Síria, pela Venezuela ou por determinados estados. Mais uma vez, vi que muitos seguidores acreditam estar falando diretamente com o Papa, inclusive solicitando ajuda financeira aos venezuelanos, pedindo para que o Papa pacifique a guerra da Síria. Parece que Francisco está sendo considerado, por certas pessoas, como capaz de resolver os mais diversos conflitos que há no mundo, ou seja, ele é visto como um salvador da humanidade.

Muitas pessoas também elogiam o Papa, dizendo que ele é demais, maravilhoso e/ou fofo. Vários comentários são admirando o seu gesto, exaltando sua humildade, seu amor ao próximo e sua compaixão. Outros, pedem bênçãos ao Papa, fazem e pedem orações por ele. Entretanto, encontrei algo diferente quanto às orações. Enquanto no *post* religioso as orações nos comentários eram unicamente pelo Papa, na postagem de conteúdo civil, a maioria das orações eram para Francisco, mas também havia uma que pedia pelas detentas da Casa de Leda e seus filhos, reconhecendo que errar é humano e essas mulheres merecem perdão. Nesse momento, enxerguei a incorporação da religiosidade nas questões políticas e sociais.

Vale destacar também que, assim como na postagem de cunho religioso, alguns seguidores afirmam que amam o Papa e que ele é um santo, um anjo. Por outro lado, existem pessoas que reconhecem a humanidade de Francisco, mas sempre exaltando suas qualidades, como um homem diferenciado, por exemplo, “homem de Deus”. Porém, também há aqueles que mesclam humanidade com santidade: “Que homem

¹⁸ Atividades realizadas em uma mídia complementadas, paralelamente, em outra.

Santo! Para mim, o melhor de todos os papas!”. Esse tipo de comentário, dizendo que Francisco é o melhor de todos os Papas, não apareceu somente uma vez. Mais do que isso, há um comentário que me chamou atenção e que complementa essa aprovação ao Papa: “Este Papa é pop”. Isso pode demonstrar o carisma e a popularidade do Papa Francisco, não que seja unânime, mas, de fato, existe e é um apontamento relevante.

Detectei também, em menores quantidades, passagens bíblicas como comentários. Constatei comentários de seguidores que dizem desejar uma visita do Papa em suas casas, assim como fez à Casa de Leda, aparecem algumas vezes. Presumo que essas pessoas possam enxergar em Francisco uma celebridade, pois parecem ignorar que se trata de um líder religioso indo ao encontro de mulheres que estão à margem da sociedade, ou seja, desconsideram o teor social do ato.

Existem ainda, pessoas que desprezam, totalmente, o conteúdo da publicação e comentam sobre assuntos aleatórios como, por exemplo, falando de projetos esportivos, de datas comemorativas ou expondo o seguinte assunto: “Boa noite a todos. Moro no Rio, sou católico e gostaria muito que vocês lessem um texto que postei hoje que escrevi com muito carinho e seriedade”. Neste último, parece haver o entendimento de estar falando com uma equipe de comunicação e não com a figura do Papa, já que o seguidor utiliza um pronome de tratamento no plural (vocês).

Em vista da análise realizada, verifico que apesar de serem postagens com conteúdos distintos, os tipos de comentário não se distinguem tanto. Ademais, consegui observar que nem todos os 5.745.608 seguidores¹⁹ do Papa Francisco no Instagram são seus admiradores, alguns possuem críticas severas ao líder religioso. Francisco está remodelando a história da comunicação da Igreja Católica, mas ainda enfrenta desafios significativos nessa jornada.

Considerações finais

O tempo mostrou para a Igreja Católica que o novo e o diferente nem sempre são nocivos. Pelo contrário, aderir aos meios de comunicação de massa e, posteriormente, às redes sociais digitais, trouxe benefícios para a instituição. Além de conseguir disseminar

¹⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/franciscus/?hl=pt-br>>. Acesso em: 15 out. 2018.

suas mensagens de forma mais abrangente, conquistou e ainda vem conquistando também a admiração de fiéis, ex-fiéis e não-fiéis.

A hipótese desta pesquisa foi confirmada em parte. A instituição religiosa, realmente, precisou se adaptar às conjunturas, ao longo da história, caso contrário conseguiria prosseguir com a veiculação de suas mensagens, perdendo mais fiéis. A interação do Papa, de fato, não ocorre através de diálogos nos comentários – nenhum é respondido pela página. Porém, a interação é mediada, pois ocorre pelo Instagram, acessado por dispositivos móveis. Constatado também que, perante as repercussões dos conteúdos, são elaboradas postagens de assuntos mais bem quistos, a fim de receber determinado *feedback*. Entretanto, o teor dos comentários não foi tão distinto nas publicações religiosas e laicas. Isso me permite inferir que a comunidade católica se envolve tanto com os *posts* que propagam ensinamentos cristãos, quanto os que abordam temas civis. Pelo menos, nas postagens analisadas neste estudo, não foi possível identificar comentários positivos que explicitassem ser de pessoas ateias, agnósticas ou de religiões não-cristãs; ao contrário, muitos identificavam a comunidade cristã.

Acredito que Francisco esteja trilhando um caminho de uma interação aproximativa da Igreja com a comunidade, mas isso não significa dizer que ele esteja conseguindo alcançar seu objetivo por unanimidade. Poucos comentários negativos foram identificados, porém sei que existe a possibilidade de a administração da página ter apagado os piores. Ainda há um extenso trajeto pela frente e desafios comunicativos para Francisco ou seu sucessor percorrer e enfrentar. Assim, proponho, com este estudo, contribuir para trabalhos futuros que abordem a temática “comunicação e religião” e para ampliar o interesse sobre essas questões para trabalhos científicos.

Referências:

AGÊNCIA ECCLESIA. Media: Desafio da Igreja Católica é «captar atenção». **Agência Ecclesia**, Lisboa, 23 set. 2016. Disponível em: <<http://www.agencia.ecclesia.pt/noticias/nacional/media-desafio-da-igreja-catolica-e-captar-atencao/>>. Acesso em: 31 jul 2018.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. São Paulo: Idéias & Letras, 2011.

CATALUNYA CRISTIANA. En Twitter el Papa no habla nunca de sí mismo. **Catalunya Cristiana**, Barcelona, 24 nov. 2013. Disponível em: <

https://aleteiaportuguese.files.wordpress.com/2013/11/1240_esp.pdf>. Acesso em: 18 maio 2017.

GALILEU. Papa Bento XVI abre conta no Twitter. **Galileu**, São Paulo, S.d. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI325590-17770,00-PAPA+BENTO+XVI+ABRE+CONTA+NO+TWITTER.html>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

G1. Papa Francisco publica 1ª foto no Instagram: 'rezem por mim'. **G1**, São Paulo, 19 mar. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/03/papa-francisco-publica-1-foto-no-instagram-rezem-por-mim.html>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. **O peregrino e o convertido**: A religião em movimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: A colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, Robert. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

PRIMO, Alex. Interação mútua e Interação reativa: Uma proposta de estudo. **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 12, p. 81-92, jun. 2000. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3068/2346>>. Acesso em 12 nov. 2017.

PUNTEL, Joana. Contribuições e desafios das mídias católicas. **III Mutirão da Comunicação**, Salvador, 2003. Disponível em: <<https://paulinascursos.com/contribuicoes-e-desafios-das-midias-catolicas/>>. Acesso em: 27 set. 2018.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, Rio Grande do Sul, n. 68, p. 114-124, maio-ago., 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/7323/4187>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

SONTAG, Susan. **Sobre la fotografía**. México: Alfaguara, 2006.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. 2. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.