



Pró-Reitoria de Graduação
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Trabalho de Conclusão de Curso

**IGREJA CATÓLICA E NOVAS TECNOLOGIAS: UMA
ANÁLISE DO *TWITTER* DO PAPA FRANCISCO
DURANTE A JMJ 2013**

Autora: Ana Cintia Ferreira Da Silva
Orientadora: Prof^a. Msc. Eliane Muniz Lacerda

Brasília - DF
2016

ANA CINTIA FERREIRA DA SILVA

**IGREJA CATÓLICA E NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ANÁLISE DO
TWITTER DO PAPA FRANCISCO DURANTE A JMJ 2013**

Trabalho apresentado ao curso de graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^ª. Msc. Eliane Muniz Lacerda

Brasília - DF
2016



Pró-Reitoria de Graduação
Curso de Bacharelado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Trabalho de Conclusão de Curso

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso de autoria de Ana Cintia Ferreira Da Silva, intitulado “IGREJA CATÓLICA E NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ANÁLISE DO *TWITTER* DO PAPA FRANCISCO DURANTE A JMJ 2013”, requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, em 06 de dezembro de 2016, defendido e aprovado pela banca examinadora constituída por:

Aprovado por:

Prof^a. Msc. Eliane Muniz Lacerda
Universidade Católica de Brasília - UCB
Orientadora

Prof^a. Msc. Cynthia da Silva Rosa
Universidade Católica de Brasília - UCB

Prof^a. Msc. Maria Cecília Alves Martinez
Universidade Católica de Brasília - UCB

Brasília - DF
2016

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, a Virgem Maria e a Santa Teresinha do Menino Jesus, por me sustentarem nos momentos difíceis e por trazerem refrigério a minha alma para que eu permanecesse firme na caminhada. Depois aos meus pais Alberto e Cleide, por sempre me apoiarem nas minhas decisões e por terem feito de tudo para que eu realizasse o sonho de concluir uma graduação universitária.

IGREJA CATÓLICA E NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ANÁLISE DO *TWITTER* DO PAPA FRANCISCO DURANTE A JMJ 2013

Ana Cintia Ferreira Da Silva¹

RESUMO

O presente artigo pretende mostrar o envolvimento da Igreja Católica com os meios de comunicação e as novas tecnologias, trazendo dados históricos da oposição da Igreja até a sua adesão. Serão apresentados tópicos da utilização das novas tecnologias, o uso das redes sociais e um breve histórico do *twitter*, objeto de estudo deste artigo. Também será exposta a utilização do *twitter* pelo papa Francisco primordialmente no período da Jornada Mundial da Juventude de 2013.

Palavra-chave: Igreja Católica, novas tecnologias, redes sociais, *twitter*, papa Francisco, JMJ.

ABSTRACT

The present article intends to show the involvement of the Catholic Church with the means of communication and the new technologies, bringing historical data of the opposition of the Church until its adhesion. Topics will be presented on the use of new technologies, the use of social networks and a brief history of *twitter*, object of study of this article. Also will be exposed the use of *twitter* by Pope Francisco primarily during the period of World Youth Day 2013.

Keywords: Catholic Church, new technologies, social networks, *twitter*, Pope Francisco, WYD.

¹ Estudante do 8º semestre do Curso de Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília (UCB).

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 7 |
| 1. IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: DA RESISTÊNCIA À ADEÇÃO | 8 |
| 1.1. Os primeiros documentos da Igreja sobre Comunicação | 9 |
| 1.2. A visão da Igreja sobre a comunicação nos tempos modernos | 12 |
| 2. NOVAS TECNOLOGIAS | 14 |
| 2.1. As Mídias Sociais | 16 |
| 3. O USO DO <i>TWITTER</i> PELO PAPA FRANCISCO DURANTE A JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE | 18 |
| 3.1. JMJ: Um breve histórico | 20 |
| 3.2. Os <i>tweets</i> de Francisco na JMJ | 22 |
| 4. CONCLUSÃO | 24 |
| 5. REFERÊNCIAS | 26 |

INTRODUÇÃO

As novas tecnologias estão cada vez mais presentes no dia a dia da sociedade. A facilidade de acesso à *internet* fez com que as pessoas passassem a ter informações com muita rapidez. A Igreja Católica também aderiu a esse novo modo de comunicação como uma melhor forma de distribuição da sua mensagem para a humanidade.

O tema abordado neste artigo foi escolhido por meio do interesse em estudar a forma como Igreja Católica tem se adequando ao uso das novas tecnologias criando assim uma nova vertente para a evangelização. Baseado nisto surgiu a curiosidade de analisar o *Twitter*, a primeira rede social utilizada pelo papa Francisco.

A partir deste tema o então artigo pretende responder os seguintes questionamentos: 1) Como a Igreja Católica se relaciona com os meios de comunicação? 2) Qual é a opinião da Igreja sobre as novas tecnologias do mundo moderno? 3) De que maneira o *twitter* tem sido utilizado pelo Vaticano como estratégia de comunicação?

Para responder a perguntas citadas acima foram utilizadas pesquisas bibliográficas, fundamentadas em livros da área de comunicação, era digital e documentos da Igreja Católica sobre as novas tecnologias.

O objetivo desta pesquisa é analisar o vínculo da Igreja Católica com as novas tecnologias, a partir do uso do *twitter* pelo Papa Francisco. Para isso será necessária uma análise descritiva e quantitativa dos *tweets* do Papa Francisco no período da Jornada Mundial da Juventude² no ano de 2013. Como objetivo específico essa pesquisa quer mostrar a trajetória da ligação da Igreja com os meios de comunicação até os dias atuais.

² A Jornada Mundial da Juventude foi criada pelo Papa João Paulo II no ano de 1985. Resume-se em um grande evento no qual milhões de cristãos católicos principalmente jovens reúnem-se. É realizada a cada dois ou três anos em países diferentes. A primeira celebração oficial da JMJ foi em 1986 no Domingo de Ramos, em Roma.

Com base nos métodos citados, este artigo tem a finalidade de mostrar o vínculo da Igreja com a comunicação e apresentar o *twitter* do papa como mais uma forma de aproximação com os fiéis.

1. A IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: DA RESISTÊNCIA À ADESÃO

A Igreja Católica vem acompanhando a evolução tecnológica e comunicacional ao longo dos anos e a utilizando a seu favor, sobre tudo com o propósito de evangelizar. Sua relação com os meios de comunicação nem sempre foi tão próxima e amigável. No início houve alguns conflitos, estes foram divididos em quatro etapas nas quais se pode perceber com clareza cada acontecimento. A primeira etapa é marcada pela repressão e censura aos meios impostos pela Igreja, que era a mediadora entre a elaboração do saber e a sua distribuição na sociedade. Esta etapa durou um longo período ligado à Inquisição, entre o século XV e XIX.

Na segunda fase há preocupação em relação ao uso dos novos meios comunicacionais. A Igreja controlava a imprensa, o cinema, o rádio. A sociedade da época, que acompanhava toda essa evolução, pressionava a Igreja para que se adequasse às mudanças dos novos tempos. Logo, a instituição religiosa passa a utilizar, porém, ainda com muita desconfiança os meios eletrônicos para propagar as mensagens evangelizadoras.

A terceira etapa caracterizou-se pelo ritmo acelerado dos avanços tecnológicos. Nela, a Igreja teve de se adaptar ao novo mundo contemporâneo devido à necessidade de “*aggiornamento*”³ que nasceu do Concílio Vaticano II⁴. Em comparação ao comportamento anterior, houve uma mudança surpreendente no campo da comunicação. Segundo Melo, a Igreja recusava a utilização dos meios comunicacionais. "De repente, ela assume a postura de que é preciso evangelizar, utilizando os modernos meios de comunicação. Admite que a

³ “*aggiornamento*” = atualização.

⁴ Foi à realização de uma série de conferências, de 1962 a 1965, com o objetivo de modernizar a Igreja para atrair ainda mais os próprios fiéis e outros que estavam afastados da Igreja.

tecnologia da reprodução eletrônica possa ampliar a penetração da mensagem eclesial." (PUNTEL, 2003)

A quarta etapa faz menção a América Latina, e ressalta o reencontro do povo com a Igreja. A Igreja passa a ter uma postura mais crítica e repensa sobre a utilização da comunicação. “A Igreja adota uma postura crítica, iniciando por repensar a comunicação, e por deixar de acreditar que a tecnologia pode resolver os problemas da ação evangélica.” (PUNTEL, 2003)

Para Puntel existe ainda uma quinta etapa, na qual estabelece a grande virada na reflexão da Igreja em conexão ao mundo da comunicação,

Um estudo mais aprofundado das orientações da Igreja nos leva a perceber que na história dos documentos e pronunciamentos do magistério, com respeito às comunicações sociais, uma significativa evolução de pensamento começa a tomar corpo. Mesmo no que diz respeito aos *new media*, a Igreja começa a expressar-se com mais clareza a respeito do impacto que eles têm na construção social, tanto que a Igreja passa a refletir sobre a comunicação não mais de forma restrita ou somente como "meios" ou "instrumentos" (isolados) a serem usados ou dos quais precaver-se. Mas ela refere-se a como que um "ambiente", no qual estamos imersos e do qual participamos. Trata-se de uma cultura, a cultura midiática. (PUNTEL, 2003)

1.1.Os primeiros documentos da Igreja sobre Comunicação

O próprio termo “Comunicação” originou-se dentro do âmbito religioso. Segundo Martino (2010, p. 13), no cristianismo antigo existiam monges que viviam a vida eclesial de forma totalmente contemplativa e isolada em mosteiros. Para eles, tratava-se de uma condição para melhor conhecer a Deus.

No mosteiro aparecera uma prática que recebeu o nome de *communication*, que é o ato de “tomar a refeição da noite em comum”, cuja peculiaridade evidentemente não recai sobre a banalidade do ato de “comer”, mas de fazê-lo “juntamente com outros”, reunindo então aqueles que se encontravam isolados. A originalidade dessa prática fica por conta dessa ideia de “romper o isolamento”, e nisto reside a diferença entre a *communication* eclesiástica e o simples jantar da comunidade primitiva. Não se trata, pois de relações sociais que naturalmente os homens desenvolvem, mas de certa prática, cuja novidade é dada pelo pano de fundo do isolamento. Daí a necessidade de se forjar uma nova palavra, para exprimir a novidade dessa nova prática. (MARTINO 2010, p. 13)

Ao longo da história surgiram alguns documentos da Igreja sobre o uso dos meios de comunicação. O primeiro documento da Igreja Católica sobre a comunicação foi a carta

encíclica *Vigilanti Cura* que falava sobre o cinema, lançada pelo Papa Pio XI em 29 de junho de 1936. Neste documento o foco principal foi defender a Igreja dos ataques que o cinema americano fazia contra a moral católica.

É geralmente sabido o mal enorme que os maus filmes produzem na alma. Por glorificarem o vício e as paixões, são ocasiões de pecado; desviam a mocidade do caminho da virtude; revelam a vida debaixo de um falso prisma; ofuscam e enfraquecem o ideal da perfeição; destroem o amor puro, o respeito devido ao casamento, as íntimas relações do convívio doméstico. Podem mesmo criar preconceitos entre indivíduos, mal-entendidos entre as várias classes sociais, entre as diversas raças e nações. (PAPA PIO XI, *VIGILANTI CURA*, n. 21, 1936)

Apesar desta luta contra a má utilização do cinema por aqueles que queriam atacar a moral defendida pela igreja, na carta o Papa Pio XI também reconhece o poder que o cinema exercia sobre a massa.

Não há hoje um meio mais poderoso para exercer influência sobre as massas, quer devido às figuras projetadas nas telas, quer pelo preço do espetáculo cinematográfico, ao alcance do povo comum, e pelas circunstâncias que o acompanham. (PAPA PIO XI, *VIGILANTI CURA*, n. 18, 1936)

No fim do texto, o Papa Pio XI orienta sobre o cinema, intimando os fiéis a não assistirem filmes que fugissem da moral católica. Os bispos eram requisitados a escrever para a imprensa católica uma lista com as classificações dos filmes.

A execução dessa promessa solene requer que o povo conheça claramente quais os filmes permitidos a todos, quais os filmes permitidos com reserva, quais os filmes prejudiciais ou positivamente maus. Isto exige confecção de listas e sua publicação regular, em forma de boletins, em que, o miúdo, se classifique os filmes em forma acessível a todos. (PAPA PIO XI, *VIGILANTI CURA*, n. 35, 1936)

A carta encíclica *Miranda Prorsus*, escrita pelo Papa Pio XII em 1957, foi o segundo documento da Igreja sobre comunicação. O texto refere-se ao cinema, televisão e rádio. O interesse do pontífice sobre o fenômeno comunicacional ao lado do avanço tecnológico do século XX era evidente, um exemplo disso foram seus discursos e textos sobre diversas questões sobre a comunicação.

A *Miranda Prorsus* retoma a polêmica gerada na carta *Vigilanti Cura*. O Papa Pio XII apresenta os pontos positivos e negativos dos novos meios de comunicação,

Quantos de nós desejamos que no ensino católico sejam oportunamente usados os meios audisivos para completar a formação cultural e profissional, e “sobretudo...

a formação cristã: base fundamental de todo o progresso autêntico”. (PAPA PIO XII, *MIRANDA PRORSUS*, n. 28, 1957)

Além disso, Pio XII insiste na utilização de um filtro pelos católicos sobre os meios de comunicação, com isso os fiéis passariam a ver somente aquilo que fosse apropriado para o seu crescimento intelectual e espiritual.

Depois de invocarmos, com insistentes orações e pela intercessão da Virgem Santíssima, a assistência do Omnipotente, queremos dirigir-Nos a vós, Veneráveis Irmãos, cujo zelo pastoral conhecemos, para relembrarmos a doutrina cristã neste campo, recomendar as medidas necessárias e ajudar-vos deste modo para que guieis com maior segurança, o rebanho de Deus confiado aos vossos cuidados, e o premunais contra os erros e as imprudências no uso dos meios audiovisivos, que podem constituir grave perigo para a vida cristã. (PAPA PIO XII, *MIRANDA PRORSUS*, n. 13, 1957)

O terceiro documento surgiu durante o *Concílio Vaticano II*. Trata-se do decreto *Inter Mirifica*, que contém 114 artigos relacionados aos meios de comunicação social na Igreja. No texto, os bispos e o papa são chamados a ter um novo olhar sobre a comunicação.

A Igreja Católica, fundada por Nosso Senhor Jesus Cristo para levar a salvação a todos os homens, e por isso mesmo obrigada a evangelizar, considera seu dever pregar a mensagem de salvação, servindo-se dos meios de comunicação social, e ensina aos homens a usar retamente estes meios. À Igreja, pois, compete o direito nativo de usar e de possuir toda a espécie destes meios, enquanto são necessários ou úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas; compete, porém, aos sagrados pastores o dever de instruir e de dirigir os fiéis de modo que estes, servindo-se dos ditos meios, alcancem a sua própria salvação e perfeição, assim como a de todo o gênero humano. Além disso, compete principalmente aos leigos vivificar com espírito humano e cristão estes meios, a fim de que correspondam à grande esperança do gênero humano e aos desígnios divinos. (*INTER MIRIFICA*, n. 3)

Ainda, durante o *Concílio Vaticano II*, foi decretado o Dia Mundial das Comunicações, que já se encontra em sua 50ª edição. Neste dia, o papa escreve um texto referente a comunicação, resalta a importância da sua utilização para a evangelização.

Para que se revigore o apostolado da Igreja em relação aos meios de comunicação social, deve celebrar-se em cada ano em todas as dioceses do mundo, a juízo do Bispo, um dia em que os fiéis sejam doutrinados a respeito das suas obrigações nesta matéria, convidados a orar por esta causa e a dar uma esmola para este fim, a qual será destinada a sustentar e a fomentar, segundo as necessidades do orbe católico, as instituições e as iniciativas promovidas pela Igreja nesta matéria. (*INTER MIRIFICA*, n. 18)

Desde o *Concilio Vaticano II*, a Igreja Católica tem buscado cada vez mais utilizar dos meios de comunicação. “Com toda a solícitude, devem promover-se, onde forem oportunas,

as estações católicas; cuide-se, porém, que as suas transmissões primem pela sua perfeição e pela sua eficácia”. (*INTER MIRIFICA*, n. 14)

A Igreja tem feito abordagens diretamente positivas dos meios de comunicação. A Instrução Pastoral sobre os meios de comunicação social *Communio et progressio*, publicada em 1971, sublinhou que:

A Igreja encara estes meios de comunicação social como “dons de Deus” na medida em que, segundo a intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica. (*COMMUNIO ET PROGRESSIO*, n. 02)

1.2.A visão da Igreja sobre a comunicação nos tempos modernos

Os documentos acima citados mostram o progresso do pensamento da Igreja acerca da comunicação, desde a fase da desconfiança e resistência à aceitação. Nos dias atuais, necessita-se de muito afincamento para adaptar-se a linguagem utilizada no novo processo comunicacional e principalmente na mudança ocorrida na mentalidade da sociedade atual. A Igreja aceita o desafio de gerir uma comunicação à sociedade, seguindo um modelo mais participativo e colaborativo, assim como acontece na *internet* e principalmente nas redes sociais.

Em diversos discursos e documentos o Papa Francisco fala sobre a importância da comunicação como uma forma de evangelização e aproximação com a Igreja. No ano de 2014 o Pontífice, fez um discurso para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais com o tema: “Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro”. Nele, o Pontífice afirma que nos dias atuais, as pessoas vivem em um mundo cada vez menor, fazendo com que fique mais fácil a aproximação. “Os progressos dos transportes e das tecnologias de comunicação deixam-nos mais próximo, interligando-nos sempre mais, e a globalização faz-nos mais interdependentes”. (FRANCISCO, 2014)

Para o Papa Francisco, “a *internet* pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isto é uma coisa boa, é um dom de Deus”, (FRANCISCO, 2014). O Pontífice também declara que a Igreja deve estar presente no mundo da comunicação, para se comunicar com o homem e assim levá-lo a um encontro com o próprio

Cristo. “Neste contexto, a revolução nos meios de comunicação e de informação é um grande e apaixonante desafio que requer energias frescas e uma imaginação nova para transmitir aos outros a beleza de Deus”. (FRANCISCO, 2014)

No ano de 2016, a mensagem de Francisco para o 50º Dia Mundial das Comunicações Sociais teve como tema: “Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo”. O texto exalta o poder que a comunicação tem para criar pontes, proporcionar encontros e assim engrandecer a sociedade.

As palavras podem construir pontes entre as pessoas, as famílias, os grupos sociais, os povos. E isto acontece tanto no ambiente físico como no digital. Assim, palavras e ações hão de serem tais que nos ajudem a sair dos círculos viciosos de condenações e vinganças que mantêm prisioneiros os indivíduos e as nações, expressando-se através de mensagens de ódio. Ao contrário, a palavra do cristão visa fazer crescer a comunhão e, mesmo quando deve com firmeza condenar o mal, procura não romper jamais o relacionamento e a comunicação. (FRANCISCO, 2016)

Em outro trecho do discurso, o pontífice alega que a comunicação também significa partilhar, escutar e acolher o que foi falado. “Comunicar significa partilhar, e a partilha exige a escuta, o acolhimento”. (FRANCISCO, 2016) Escutar vai além do ouvir, para que isso ocorra tem que existir uma aproximação entre quem fala e quem ouve. “Escutar é muito mais do que ouvir. Ouvir diz respeito ao âmbito da informação; escutar, ao invés, refere-se ao âmbito da comunicação e requer a proximidade.” (FRANCISCO, 2016)

O pontífice declara que redes sociais, *e-mails*, *SMS*, entre outros, são inteiramente modelos de comunicação humanas. “Não é a tecnologia que determina se a comunicação é autêntica ou não, mas o coração do homem e a sua capacidade de fazer bom uso dos meios ao seu dispor.”, (FRANCISCO, 2016)

Francisco reitera que as redes sociais são capazes de ocasionar o bem na sociedade, mas também são capazes de criar subgrupos na sociedade, gerando assim uma divisão entre os homens.

O ambiente digital é uma praça, um lugar de encontro, onde é possível acariciar ou ferir, realizar uma discussão proveitosa ou um linchamento moral. Rezo para que o Ano Jubilar, vivido na misericórdia, «nos torne mais abertos ao diálogo, para melhor nos conhecermos e compreendermos; elimine todas as formas de fechamento e desprezo e expulse todas as formas de violência e discriminação» (*Misericordiae Vultus*, 23). Em rede, também se constrói uma verdadeira cidadania. O acesso às

redes digitais implica uma responsabilidade pelo outro, que não vemos, mas é real, tem a sua dignidade que deve ser respeitada. A rede pode ser bem utilizada para fazer crescer uma sociedade sadia e aberta à partilha. (FRANCISCO, 2016)

Para o papa, mesmo com as infinitas possibilidades positivas que a comunicação oferece à sociedade, a comunicação também pode causar danos negativos como a separação em grupos e torná-los rivais. Ainda que isso ocorra, Francisco acredita que a comunicação possa ser misericordiosa. “Num mundo dividido, fragmentado, polarizado, comunicar com misericórdia significa contribuir para a boa, livre e solidária proximidade entre os filhos de Deus e irmãos em humanidade.”, (FRANCISCO, 2016)

Para a Igreja, a *internet* tem assumido cada vez mais um papel relevante. Ela permite à Igreja outras maneiras de se comunicar com grupos específicos como jovens, pessoas que por algum motivo não podem sair de casa ou que moram em lugares cuja locomoção é precária.

A Igreja Católica tem procurado estar presente de forma visível e ativa na *internet*. Atualmente a Igreja Católica está presente em todos de comunicação, possui emissoras de TV, radio com programas que atendem a todos os públicos desde crianças, jovens, adultos e idosos. O cardeal Foley (em memória), antigo presidente do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, afirmava a importância das pessoas ajudarem a Igreja na missão evangelizadora. É inclusivamente importante que as pessoas, a todos os níveis da Igreja, lancem mão da *internet* de maneira criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão”. (FOLEY, 2002)

Mas para que haja um bom êxito na utilização da *internet*, é preciso que as pessoas que a utilizem de maneira correta, sábia e para a prática do bem. Ainda segundo Foley, a *internet* contribui na promoção da paz entre as nações além de ser um instrumento valioso para a vida humana. “A *internet* pode oferecer uma contribuição extremamente valiosa para a vida humana. Há de promover a prosperidade e a paz, o crescimento intelectual e estético, além da compreensão recíproca entre os povos e as nações a nível mundial”. (FOLEY, 2002)

2. NOVAS TECNOLOGIAS

A tecnologia faz parte do cotidiano de boa parte da humanidade. A facilidade de se conectar à *internet* por meio de celulares, tablets e computadores fez com que se

multiplicassem os meios e formas de enviar mensagens e imagens instantaneamente alcançando grandes distâncias em pouquíssimo tempo. “As tecnologias digitais surgiram, então, com a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”. (LÉVY, 2000, p.32). De acordo com Pierre Lévy (1999, p. 92), o conceito de ciberespaço se define como, “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.

A *internet* está cada vez mais enraizada na vida dos cidadãos. Castells compara a *internet* à rede elétrica e ao motor elétrico da era industrial, por poder distribuir as informações de forma rápida,

Se a tecnologias de informação são o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, na nossa era poderíamos comparar a *internet* como a rede elétrica e o motor elétrico, dada a sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana. (CASTELLS, 2004, p. 15)

São inúmeras as vantagens, desta forma de comunicação através da *internet*. Por exemplo, as pessoas podem manter contato umas com as outras mesmo que estejam longe; no âmbito acadêmico houve maior facilidade no acesso rápido a documentos, fontes e novidades científicas.

O ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: imaginação, percepção, raciocínios. Essas tecnologias intelectuais favorecem:

- novas formas de acesso à informação: navegação por hiperdocumento, caça à informação através de mecanismos de pesquisa, *knowbots*⁵ ou agentes de *software*, exploração contextual através de mapas dinâmicos de dados,

- novos estilos de raciocínio e de conhecimento, tais como a simulação, verdadeira industrialização da experiência do pensamento, que não advém nem da dedução lógica nem da indução a partir da experiência. (LEVY, 2000, p. 157)

⁵ Abreviatura de *knowledge robot*. Estrutura de inteligência artificial que executa tarefas predeterminadas por regras, exemplo, procurar na *internet* arquivos ou documentos com informações específicas.

A popularização da *internet* ocasionou um aumento no número de recursos digitais que estão disponíveis para as pessoas e empresas, fazendo com que as instituições públicas e privadas percebam a importância de se relacionar com o seu público de forma cada vez mais personalizada. “Atualmente, as principais atividades econômicas, sociais, políticas e culturais de todo o planeta estão a estruturar-se através da *internet*”. (CASTELLS, 2004, p. 17)

Um dos recursos digitais que estão disponíveis para pessoas e empresas são as redes sociais. As redes sociais são estruturas sociais que ligam indivíduos dentro de um mesmo cenário, podendo ser ele por símbolos comuns, linguagem, opinião sobre um mesmo tema, convívio em um mesmo grupo etc.

As redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações que constroem os grupos sociais. Nessas ferramentas, essas redes são modificadas, transformadas pela mediação das tecnologias e, principalmente, pela apropriação delas para a comunicação. (RECUERO, 2012, p. 16)

Para Recuero, as redes sociais online são um conjunto de dois elementos que passam a existir no ciberespaço: os atores e as conexões. Os atores podem ser representados por pessoas, instituições, marcas ou grupos presentes na rede social. “Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais.” (RECUERO, 2009, p. 23) Mas quando se fala de relacionamento na internet, os atores são construídos de forma diferente. A exposição virtual pode ser na forma de blog, perfil ou conta em determinado site.

O outro elemento que compõe a rede social são as conexões. As conexões são constituídas de vínculos sociais, construídos através de conversas e trocas de informações entre os atores. De acordo com Recuero (2009, p.28), “as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores”.

2.1.As Mídias Sociais

As mídias sociais são ambientes que permitem a divulgação de conteúdos e o contato entre as pessoas através do meio digital. Segundo Terra (2010, p. 42), a definição de mídias sociais e redes sociais são tão semelhantes que se confundem, “Mídias sociais, redes sociais

online [...] ou ainda *social media* são termos tratados genericamente como sinônimos no cotidiano para afirmar que o consumidor está no poder, na *internet*, com capacidade de tornar públicos seus conteúdos”.

As redes sociais são laços interpessoais. No ambiente virtual ocorre uma maior sociabilidade, compartilhamento de informações, ideias e identidade social. Segundo Colnago (2015, p. 6), “as redes sociais como não podem ocorrer por meio de interações presenciais, acontecem a partir de processos contínuos de comunicação que se desenrolam no ambiente chamado, por convenção, de mídia social”.

Conforme Conalگو (2015, p. 8), “verifica-se que a expressão ‘rede social’ refere-se basicamente ao relacionamento de pessoas que se comunicam em função de alguma afinidade de interesses, dentro de um grupo socialmente organizado”. São inúmeras as redes sociais existentes atualmente. As mais populares da atualidade são: *Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat*.

O *twitter*, rede social escolhida como objeto de análise desta pesquisa, é uma rede social criada em março de 2006 por um grupo de amigos que trabalhava em uma *Startup*⁶ chamada *Odeo*. O projeto de Jack Dorsey surgiu durante um *brainstorming*⁷. Inicialmente seria uma rede social para trocas de *status*, algo parecido com *SMS*. Segundo Smaal, o *Twitter* seria apenas para trocas de mensagens por intermédio do celular. “Chamado simplesmente de *Status*, o pré-*twitter* tinha como conceito exatamente o envio de mensagens curtas através do celular, em que você receberia um *twich*⁸ no seu bolso quando um *update*⁹ era enviado”. (SMAAL, 2010)¹⁰

⁶ *Startup* significa o ato de começar algo, normalmente relacionado com companhias e empresas que estão no início de suas atividades e que buscam explorar atividades inovadoras no mercado. Disponível em: <http://www.significados.com.br/startup/>.

⁷ *Brainstorming* significa tempestade cerebral ou tempestade de ideias. Disponível em: <http://www.significados.com.br/?s=brainstorming>.

⁸ *Twich* = vibração, em tradução livre.

No começo o nome não atraiu, pois não demonstrava o que realmente era o serviço. Smaal afirma que “Dorsey e os outros encontraram a palavra *twitter*, que em inglês tem dois significados: ‘uma pequena explosão de informações inconsequentes’ e ‘pios de pássaros’. Ambos combinavam perfeitamente com o conceito”. (SMAAL, 2010)

A fama do *twitter* só aconteceu em 2007 durante um festival de música e filme para novos talentos chamado *South by Southwest (SXSW)*. A tecnologia fazia parte do festival com conferências interativas, atraindo milhares de criadores e empresários da área de tecnologia para expor suas ideias. Foram colocadas duas telas com mais de 50 polegadas na área principal do evento, expondo mensagens enviadas por meio do *twitter*. O objetivo era que os participantes do festival ficassem “ligados” em tudo o que acontecia ao vivo durante todo o evento.

O bom êxito durante o festival foi tão grande que a média diária de mensagens era de 20 mil, alcançando um total de 60 mil ao final do evento. Ainda segundo Smaal, os organizadores entregaram um prêmio para os criadores do *Twitter*. “Assim, os criadores do *Twitter* e a ferramenta receberam o prêmio *Web Award*, concedido pelos organizadores do *SXSW*, ao qual agradeceram em 140 caracteres”. (SMAAL, 2010)

Desde sua criação como uma simples ferramenta de envio de mensagens instantâneas no celular até os dias de hoje, o *twitter* vem se transformando. Ele por sua vez deixou de ter a simples função de envio de *status* para uma nova forma de transmitir informações importantes e relevantes para toda a sociedade. O *twitter* mudou a maneira como a mídia transmite as informações que surgem cada vez mais rápidas. Acidentes de trem, pontuação de jogos de futebol, as últimas notícias do mundo da moda aparecem nos *tweets* de pessoas que estão no *twitter*. Isso faz com que todos tenham a possibilidade de criar o próprio noticiário diário e de modo imediato.

⁹ *Update* significa atualizar, modernizar, e é um termo de origem inglesa. *Update* é um termo originalmente ligado à tecnologia, e é utilizado para atualizar *softwares*, programas de computadores, jogos e etc. Disponível em: <http://www.significados.com.br/update/>.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>

3. O USO DO *TWITTER* PELO PAPA FRANCISCO DURANTE A JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

Segundo Bressani (2013, p. 01) o então papa emérito Bento XVI, foi o primeiro pontífice a utilizar uma rede social. Isso ocorreu em 12 de dezembro de 2012. A conta @pontifex foi criada inicialmente em nove idiomas¹¹ lançando para a Igreja um novo desafio,

... estar presente nas redes sociais e compreender que a *internet* não é um simples instrumento, mas um lugar, um ambiente a ser habitado. Hoje a conta, continuada por seu sucessor Papa Francisco, superou os oito milhões de seguidores. O pensamento comunicacional da Igreja vem passando por um processo de reelaboração desde a metade do século XX, sendo a Igreja atualmente desafiada a compreender a internet não como uma realidade paralela, separada do cotidiano e sim como espaço antropológico interconectado, um ambiente cultural, que abriga elementos novos de uma nova cultura e exige uma atitude de presença dialogante. (BRESSANI, 2013)

Em sua primeira mensagem oficial no *twitter*, Bento XVI falou de sua felicidade em utilizar a rede social para se comunicar com os fiéis e fez um agradecimento: “Queridos amigos, eu estou muito feliz de entrar em contato com vocês pelo *twitter*. Obrigado por sua generosa resposta. Eu vos abençoo de todo o meu coração”. (BENTO XVI, 2012) A primeira postagem de Bento XVI foi acompanhada por mais de 600 mil seguidores na época, representando assim um autêntico fenômeno na rede.

Em fevereiro de 2013, Bento XVI anunciou sua renúncia ao pontificado, deixando 38 *tweets* em sua conta. Mesmo durante o intervalo chamado de “Sé Vacante”, que significa no direito canônico, período em que a Igreja está sem um ocupante, a quantidade de seguidores em sua conta só aumentou. Em sua última postagem oficial, Bento XVI agradeceu o apoio dos fiéis. “Que vocês possam sentir sempre a alegria de colocar Cristo no centro de suas vidas”. (BENTO XVI, 28 de fevereiro de 2013)

Em 2014, o Papa Francisco foi considerado o líder mais influente do *twitter* segundo uma pesquisa elaborada pela empresa *Twiplomacy*¹² (24 de junho de 2014). O presidente

¹¹ São elas inglês, português, espanhol, francês, italiano, alemão, polonês, árabe e latim

¹²*Twiplomacy* – empresa voltada a análises do uso que político e instituições oficiais fazem do *Twitter*.

norte-americano Barack Obama possui um grande número de seguidores, porém a pesquisa aponta que o pontífice possui o maior alcance entre seus seguidores sendo mais influente que o presidente Obama.

Segundo o site G1 entre os dias 13 de março de 2013, dia da eleição para o próximo sucessor de Bento XVI, ao dia 16 de abril de 2014 a conta oficial na rede social atingiu a marca de 10 milhões de seguidores. Atualmente o pontífice possui mais de 30 milhões de seguidores no *twitter* divididos em nove contas no *microblog* em vários idiomas. Na conta em português possui 2,4 milhões de seguidores.

3.1.JMJ: um breve histórico

Em 13 de março de 2013, após uma espera significativa e muita expectativa para os católicos, a fumaça branca da capela Sistina indicava o fim da eleição para o novo Papa. O eleito foi o arcebispo de Buenos Aires, cardeal Jorge Mario Bergoglio, que adotou o nome Francisco para o seu pontificado.

Para a Igreja Católica, esse era o início de novo acontecimento em sua história. Francisco fez questão de dar continuidade à conta @pontifex no *twitter*. Seu carisma firme, humilde e diferenciado tem contribuído para o aumento do número de seguidores. Em seu primeiro *tweet* Francisco agradeceu os fiéis e pediu oração para si. “Queridos amigos, agradeço-lhes de coração e lhes peço que continuem a rezar por mim”. (FRANCISCO, 17 de março de 2013)

Em junho de 2013, Jorge Mario Bergoglio fez sua primeira viagem internacional como novo Pontífice da Igreja Católica. Francisco veio ao Brasil para participar da Jornada Mundial da Juventude, ocorrida no Rio de Janeiro e que reuniu 3,7 milhões de pessoas do País e de outras nações.

Segundo Spadoro, “a jornada do Rio 2013 foi um ensaio e uma plataforma de lançamento do pontificado de Francisco, no qual certamente ele fez uma atenta reflexão sobre o que aconteceu, sobre o efeito de suas palavras e de seus gestos, ouvindo, meditando em perspectiva futura.” (SPADORO 2013, p. 16)

A Jornada Mundial da Juventude, criada pelo Papa João Paulo II em 1985, resume-se em um grande evento para milhões de cristãos católicos, sobretudo os jovens. A primeira celebração oficial da JMJ foi em 1986 no Domingo de Ramos. A cada dois ou três anos, desde 1987, as jornadas são organizadas em algum lugar determinado do mundo.

Em 1987 cerca de 1 milhão de jovens participaram do evento ocorrido na cidade de Buenos Aires. Dois anos mais tarde, 600 mil jovens compareceram à peregrinação na cidade espanhola de Santiago de Compostela. Em 1991 mais de um milhão e meio de pessoas participaram do evento no santuário mariano na cidade de Czestochowa, Polônia. Foi a primeira vez que jovens do leste europeu conseguiram participar sem qualquer empecilho após a queda do Muro de Berlim.

A 5ª JMJ aconteceu na cidade americana de Denver em 1993. Lá o Papa João Paulo II encontrou-se com meio milhão de jovens. Em 1995, quatro milhões de jovens, o maior número de participantes de todos os tempos, se reuniram com o Papa na cidade de Manila nas Filipinas. Em 1997 em torno de um milhão de pessoas foram ao encontro do Papa em Paris.

No ano 2000, cerca de 2,5 milhões de jovens foram a mais um encontro com o Papa em Roma. O ano de 2002 foi marcado pela última Jornada do Papa João Paulo II, na cidade de Toronto com 800 mil pessoas. Na ocasião, João Paulo II falou a todos sobre o espírito jovem.

Vós sois jovens e o Papa é idoso, e ter 82 ou 83 anos não é a mesma coisa que ter 22 ou 23. Todavia, ele continua a identificar-se plenamente com as vossas esperanças e as vossas aspirações. Juventude de espírito, juventude de espírito! Embora eu tenha vivido no meio de muitas trevas, sob duros regimes totalitários, tive suficientes motivos para me convencer de maneira inabalável de que nenhuma dificuldade e nenhum temor é tão grande a ponto de poder sufocar completamente a esperança que jorra sem cessar no coração dos jovens. (Papa João Paulo II, JMJ 2000)

A Jornada do ano de 2005, primeira após a morte do Papa João Paulo II, aconteceu em Colônia na Alemanha. Foi a primeira peregrinação presidida pelo Papa Bento XVI, com mais de um milhão de jovens. Em 2008, Sydney na Austrália, foi sede da XXIII Jornada Mundial da Juventude, que reuniu meio milhão de jovens. Em 2011 dois milhões de jovens comparecerão à cidade de Madri na Espanha para a XXVI JMJ.

Durante a Jornada Mundial da Juventude de 2013, o Papa Francisco fez 26 postagens no *twitter* para falar sobre o evento. As postagens foram divididas e classificadas nesta pesquisa de acordo com o seguinte conteúdo: boas vindas, ânimos aos jovens que participaram e para os que não participaram da JMJ, reflexivas sobre o cotidiano dos jovens e agradecimentos.

3.2. Os *tweets* de Francisco na JMJ

O papa Francisco fez ao todo 26 *tweets* entre os dias 19 de julho ao dia 31 de julho de 2013 durante a JMJ, os assuntos *tweetados* foram:

- a. Boas Vindas: Foram 4 *tweets* desejando as boas vindas a todos os que estavam indo participar do evento. Ex.: “Quantos gostariam de estar no Rio para a JMJ, mas não podem! Que se sintam bem-vindos entre nós, por meio da oração.” (@pontifex)
- b. Ânimo: Foram 6 *tweets* de ânimo e incentivo aos jovens para que continuassem a espalhar o que foi vivenciado durante o evento. Ex.: “Agora, jovens amigos, devemos continuar a viver, dia após dia, aquilo que juntos professamos na JMJ.” (@pontifex)
- c. Mensagens reflexivas: Foram 10 *tweets* com mensagens que devem ser meditadas no dia a dia. Ex.: “Deixemos que a nossa vida se identifique com a vida de Jesus, para termos os seus sentimentos e os seus pensamentos. #Rio2013 #JMJ” (@pontifex)
- d. Agradecimentos: Foram 6 *tweets* agradecendo a todos os envolvidos no evento e a todos que participaram. Ex.: “Agradeço profundamente a todos aqueles que trabalharam para o sucesso da JMJ e abraço vocês todos, os participantes. #Rio2013 #JMJ” (@pontifex)

Todos os 26 *tweets* também foram postados nas outras oito contas do papa em outros idiomas. O perfil que teve o maior número de curtidas e *retweets* durante a JMJ 2013 foi a em espanhol, em segundo lugar inglês e em terceiro português.

No total foram 180.850 curtidas e 395.089 *retweets* durante a JMJ 2013. Na conta em espanhol foram 73.954 curtidas e 200.578 *retweets*, este foi o perfil que mais houve repercussão entre os seguidores. Na conta em inglês foram 56.400 curtidas e 78.601 *retweets*; português: 24.962 curtidas e 80.671 *retweets*; francês: 2.526 curtidas e 7.124 *retweets*; italiano: 17.566 curtidas e 20.895 *retweets*; alemão: 1.312 curtidas e 1.598 *retweets*; polonês: 2.018 curtidas e 1.387 *retweets*; árabe: 1.036 curtidas e 2.205 *retweets*; latim: 1.076 curtidas e 2.030 *retweets*. (Ver gráfico 1)

O *tweet* mais compartilhado da conta em espanhol, com um total de 12.063 *retweets*, foi o do dia 24 de julho, quando o papa visitou a imagem de Nossa Senhora no Santuário Nacional de Aparecida onde celebrou uma missa. “Jovens, não o esqueçamos jamais: a Virgem Maria é a nossa Mãe, e é com a sua ajuda que podemos permanecer fiéis a Jesus. #Rio2013 #JMJ”. (@pontifex)

No conta em inglês e português o *tweet* mais compartilhado foi o do dia 26 de julho, com 4.999 *retweets* em inglês e 4.807 *retweets* em português, neste dia o papa ouviu a confissão de 5 jovens originários dos cinco continentes, visitou 5 jovens detentos, almoçou com Dom Orani Tempesta arcebispo do Rio de Janeiro e 12 jovens de várias nacionalidades, e ao fim da tarde acompanhou o desenvolvimento da via sacra com os jovens. “Não há cruz, pequena ou grande, da nossa vida que o Senhor não venha compartilhar conosco. #Rio2013 #JMJ”. (@pontifex)

No domingo 28 de julho, durante um trajeto de papamóvel na Avenida Atlântica, em Copacabana, zona sul do Rio de Janeiro o papa postou um *tweet* reflexivo. Este *tweet* obteve 1.105 curtidas e 4.025 *retweets* no perfil em português. “Deixemos que a nossa vida se identifique com a vida de Jesus, para termos os seus sentimentos e os seus pensamentos. #Rio2013 #JMJ”. (@pontifex)

Por ser considerado o líder mais influente no *twitter*, o papa Francisco sabe da importância das redes sociais, principalmente para se comunicar com os jovens. Esta é uma das razões que a Igreja entende a necessidade de estar presente nas novas mídias.

4. CONCLUSÃO

Pela observação dos aspectos analisados neste artigo, a relação da Igreja Católica com os meios de comunicação e as novas tecnologias se deu de forma lenta e cautelosa. No início a Igreja acreditava que a comunicação era algo que poderia afetar seus seguidores de forma negativa, mas com o avanço tecnológico percebeu-se que está poderia ajudar na disseminação de sua mensagem para o mundo.

No decorrer da história surgiram diversos documentos e decretos da Igreja Católica que auxiliaram no uso dos meios de comunicação e das novas tecnologias. A *internet* juntamente com as redes sociais, chegou para acrescentar e mudar a forma como a Igreja se relaciona com seus fiéis.

As novas tecnologias trouxeram para a sociedade uma facilidade no acesso às informações. As redes sociais criaram uma nova maneira de aproximar pessoas mesmo que estas estejam longe fisicamente, unir e compartilhar interesses comuns.

O *twitter*, uma das redes sociais mais populares da atualidade, mostrou-se como uma nova ferramenta de compartilhamento de informações com uma velocidade surpreendente. Esta rede foi a mesma utilizada pelo papa Francisco durante a Jornada Mundial da Juventude em 2013.

A JMJ é um evento que reúne milhares de jovens em lugares diferentes do mundo. Com esse evento a Igreja tenta aproximar o jovem dos seus ensinamentos conduzindo-os para o caminho do bem. Foi o que fez o papa Francisco durante a Jornada de 2013 em suas postagens no *twitter*, incentivando os jovens a serem corajosos e disseminadores do evangelho.

Mesmo que de forma lenta, houve um avanço na relação da Igreja com o uso dos meios. O *twitter* por apresentar uma linguagem rápida e curta de 140 caracteres fez com que o papa se aproximasse dos jovens e conseqüentemente a Igreja se aproxima, enquanto instituição. O papa Francisco além de ser conhecido como o “papa pop”, por conta do seu

contato direto com seus seguidores, também é considerado o líder mais influente do *twitter*, pois suas mensagens são de extrema importância para quem o segue na rede social e fora dela.

5. REFERÊNCIAS

BRESSANI, Valdecir. **O Papa no *Twitter* e os desafios da atuação da Igreja Católica junto às Redes sociais digitais.** Paraná: Ufpr, 2013. 15 p. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_7_Redex_Sociais_na_Internet_e_Sociabilidade_online/25580arq77311230900.pdf>. Acesso em: 09 de novembro de 2015.

BUENO, Wilson da Costa (Org.). **Estratégias de comunicação nas mídias sociais.** Barueri, São Paulo: Manole, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

FOLEY, John P. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Ética na *Internet*.** 2002. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html>. Acesso em 03 de junho de 2016.

FOLEY, John P. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e *Internet*.** 2002. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html>. Acesso em 08 de março de 2016.

FONTANA, Marluci. **A História do *Twitter*.** Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/16210-a-historia-do-twitter>>. Acesso em: 11 de abril de 2016.

FRANCISCO, Papa. **MENSAGEM DE SUA SANTIDADE PAPA FRANCISCO PARA O 50º DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS.** Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo. 2016. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papafrancesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html> . Acesso em: 19 de maio de 2016.

FRANCISCO, Papa. **MENSAGEM DO SANTO PADRE FRANCISCO PARA O XLVIII DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS**. Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro. 2014. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papafrancesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html> . Acesso em: 19 de maio de 2016.

FRANCISCO, Papa. **MISERICORDIAE VULTUS**: Bula de Proclamação do Jubileu Extraordinário da Misericórdia. 2015. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_letters/documents/papafrancesco_bolla_20150411_misericordiae-vultus.html>. Acesso em: 03 de junho de 2016.

HOHFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010.

JOÃO PAULO II, Papa. **Carta Encíclica Redemptoris Missio, 1990**. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/johnpaulii/pt/encyclicals/documents/hf_jpii_enc_07121990_redemptoris-missio.html>. Acesso em: 02 de junho de 2016.

LÉVY, Pierre. **CIBERCULTURA**. São Paulo: Ed. 34, 2009. Tradução Carlos Irineu da Costa.

PAPA Francisco alcança 13 milhões de seguidores no *Twitter*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2014/04/papa-francisco-alcanca-13-milhoes-de-seguidores-no-twitter.html>>. Acesso em: 02 de novembro de 2016.

PIERINI, Franco. **Catecismo do Concílio Vaticano II**. 03 ed. Caxias do Sul, RS: Edições Paulinas, 1968.

PIO XI, Papa. **Carta encíclica Vigilanti Cura sobre o cinema, 1936**. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/piusxi/pt/encyclicals/documents/hf_pxi_enc_29061936_vigilanti-cura.html>. Acesso em: 09 de novembro de 2015.

PIO XII, Papa. **Carta encíclica Miranda Prorsus sobre cinema, rádio e televisão, 1957**. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html#_ftnref29>. Acesso em: 09 de novembro de 2015.

PUNTEL, Joana T. **Contribuições e desafios das mídias católicas**. III Mutirão da Comunicação, Salvador - BA, 2003. Disponível em: <<http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1676>>. Acesso em: 01 de junho de 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2ª ed. Editora Sulina. 2009

RICARDO, Padre Paulo. **O verdadeiro espírito do Concílio Vaticano II**. Disponível em: <padrepauloricardo.org/episodios/o-verdadeiro-espírito-do-concílio-vaticano-ii>. Acesso em: 02 de junho 2016.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Editora Hacker, 2001.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes Sociais Digitais – a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SMAAL, Beatriz. **A História do Twitter**. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>. Acesso em: 11 de abril de 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício a Libertação: o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social**. São Paulo: Paulinas, 1988.

SPADORO, Antonio. **A Proposta do Papa Francisco: O futuro rosto da Igreja**. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

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

Site do Vaticano: <<http://www.vatican.va>>.

TERRA, C. F. **Usuária-mídia: a relação da comunicação organizacional e do conteúdo gerado pelo usuário.** São Paulo, 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo.

Twitter: <<https://twitter.com/pontifex>>.

VIER, F. (coord.). **Compêndio Vaticano II: Constituições, Decretos, Declarações.** Petrópolis: Vozes, 1991.